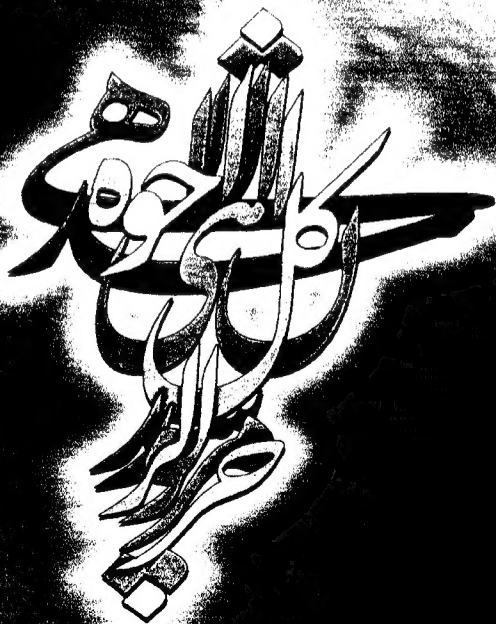


رنگر ایک ڈیزائن

۷۰ سالہ ڈپلوما کورس کے لیے

گرافک ڈیزائن



کیلی گرافی اور گرافک ڈیزائن

کے دو سالہ ڈپلوما کورس کے لیے

گرافک ڈیزائن



مرب
زرگر ظہور

مربم
سید مرغوب احمد



قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان، نئی دہلی

وزارت ترقی انسانی وسائل (حکومت ہند)

بلاک 1، آر. کے. پورم، نئی دہلی 110066

Graphic Design

Compiled by : Zargar Zahoor
Translated by : Syed Marghoob Ahmed
Project Coordinator : Dr. Md. Arshad Iqbal

© قومی کونسل برائے فروغِ اردو زبان، نئی دہلی

سز اشاعت : جنوری، مارچ 2002 شک 1922

تعداد : 1100

قیمت : 215/-

سلسلہ مطبوعات : 980

ناشر : ڈائریکٹر قومی کونسل برائے فروغِ اردو زبان، ویسٹ بلاک۔ ۱۹، آر۔ کے۔ پورم، نئی دہلی۔ 110066

طابع : قومی کمپیوٹر، وین دنیا ہاؤس، 900 جامع مسجد، دہلی۔ 6، ٹیلیفون: 3280644

پیش لفظ

خطاطی اور کتابت ہمارا اہم ورثہ ہے جس نے ماضی میں ہندوستانی ثقافت کو بہترین فنکار دیے ہیں۔ اس فن نے قبولی عام اور شہرت دوام کی کئی منزلیں طے کی ہیں اور اس کے لازوال آثار آج بھی ناظرین کو عویت میں ڈالتے ہیں۔ بدھ کے استوپ، اشوک کے ستون، قلعہ جیٹار کی اونچائی اور تاج محل کے لائٹنی صحن، نیز راشن پتی بھون کے درو دیوار سے لے کر ہسپتلی کے عظیم الشان اور جدید ترین جج پوس کی آرکٹس تک اس فن کے لازوال نقش روشن ہیں۔ خطاطی کے فن نے روحانی اور مادی ترقی میں بھی نمایاں کردار ادا کیا ہے۔ قدیم تہذیبوں کی نشاندہی کرنے میں کتابت نے بے حد مدد کی ہے۔ اس طرح اس فن کی اہمیت مسلم ہے لیکن موجودہ دور کے ٹکنالوجیکل نظام میں اس فن کی اہمیت کم ہو گئی اور اس کا وجود خطرے میں پڑ گیا۔ رنگ و روشنائی کے استعمال، پرنٹنگ میں نئے تجربات، کمپیوٹر کی ایجاد اور کمپیوٹر میں فونٹ ڈیزائننگ (Font Designing) کی سہولیات کی وجہ سے خطاطوں اور کاتبوں کے روزگار کے مواقع میں بے حد کمی آئی کیونکہ اب اس فن کا کرشیل استعمال کم سے کم ہوتا جا رہا ہے۔

قوی اردو کونسل اردو زبان کے فروغ، ترویج و اشاعت کے علاوہ فن کتابت کی بقا اور ترقی کے لیے بھی کوشاں ہے۔ لہذا کونسل نے اس اہم ورثے کی حفاظت اور اس کی بقا کے لیے یہ فیصلہ کیا کہ اس فن کو کرشیل آرٹ سے جوڑا جائے۔ اس فیصلے کے تحت گراؤک ڈیزائن اور کرشیل آرٹ کی تعلیم کے فروغ کو ضروری سمجھا گیا اور ایک فیصلے کے تحت کمپیوٹر پر چھ ماہ کی کیلی گرائی اور گراؤک ڈیزائن کی تربیت کا آغاز کیا گیا۔ کیونکہ اس سے کاتبوں اور خطاطوں کے فن میں مزید نکھار آئے گا اور جدید تقاضوں سے ہم آہنگ ہو کر یہ فن قدیم نئے گوشوں کو روشن کرے گا۔ نیز اس فن میں اوسط درجے کی مہارت رکھنے والوں کو بھی کتابوں کے ڈیزائنوں، اندرونی آرکٹس کی مصنوعات، پردوں اور برتوں وغیرہ پر کیلی گرائی اور گراؤک ڈیزائن کے ذریعے روزگار کے بہتر مواقع ملیں گے۔ یہ کورس خطاطوں اور کاتبوں کو اشتہارات، پمٹنگ، طباعت، فوٹو گرائی وغیرہ کی نئی دنیا سے ہمکنار کرے گا اور روزگار کے نئے وسیلے سامنے آئیں گے۔

قوی اردو کونسل نے مصری تقاضوں کو لبیک کہتے ہوئے کیلی گرائی یا کتابت کے فن کو جدید گراؤک ڈیزائن اور کمپیوٹر کے ساتھ شامل کر کے دو سالہ تربیتی کورس شروع کرنے کا فیصلہ کیا اور اس مقصد کی حصولیابی کے لیے کیلی گرائی اور گراؤک ڈیزائن کی ایک مانیٹرنگ کمیٹی تشکیل دی جس کی میٹنگس وقت فوقتہ ہوتی رہیں اور کورس شروع کرنے سے متعلق اہم فیصلے لیے جاتے رہے۔ ان فیصلوں کی روشنی میں نیا نصاب تیار کیا گیا اور کیلی گرائی اور گراؤک ڈیزائن کے اساتذہ کو جامعہ ملیہ اسلامیہ کے فائن آرٹ کے شعبہ میں سات ہفتے کی ٹریننگ بھی دلوائی گئی۔

یہ کتاب مجوزہ دو سالہ ڈپلوما کورس کے "گراؤک ڈیزائن" کے لیے ہے جسے جناب زرگر ظہور نے نئے نصاب کے

مطابق ترتیب دیا ہے۔ اس کا ترجمہ جناب سید مرغوب احمد نے کیا ہے۔ ہم ان دونوں کے ممنون ہیں۔ اس کتاب کی تیاری کے ابتدائی دنوں میں جناب انتخاب احمد نے اور بعد میں ڈاکٹر محمد ارشد اقبال نے کتاب کو پایہ تکمیل تک پہنچانے میں بڑی محنت کی۔ ہم ان کے بھی شکر گزار ہیں۔ امید ہے یہ کتاب نہ صرف گرافک ڈیزائن کے طلباء / طالبات کی بنیادی ضروریات کو پورا کرے گی بلکہ ساتھ فن کی بھی رہنمائی کرے گی اور قومی اردو کونسل کی دوسری کتابوں کی طرح اس کی بھی پذیرائی ہوگی۔

مذکورہ بالا موضوعات پر قومی کونسل کی یہ پہلی کوشش ہے۔ ممکن ہے اس میں کچھ کمیاں رو منی ہوں۔ لہذا آپ کے نیک مشوروں کے لیے کونسل ممنون رہے گی۔

ڈاکٹر محمد حمید اللہ بھٹ
ڈائریکٹر

فہرست

صفحہ نمبر

7	(1)	سامان
11	(2)	سادہ آؤٹ لائن اسکیچ
12	(3)	زیادہ مفصل اسکیچ
16	(4)	بڑی کلر
18	(5)	کمپوزیشن
20	(6)	مزید سامان
22	(7)	اولین رنگوں کا وارڈ ہونا
27	(8)	رنگ
29	(9)	کلر اسکیم حاصل کرنے کے طریقے
33	(10)	فاصلوں کا ظاہری تناسب
40	(11)	طباعت کے طریقے اور اصول
43	(12)	ٹائپ اور حروف سازی
45	(13)	ٹائپ فیس کی درجہ بندی
46	(14)	فوٹو کندہ کاری
51	(15)	کاغذ
56	(16)	پرنٹ فٹنگ
61	(17)	پرنٹ فٹنگ
67	(18)	آف سیٹ پرنٹنگ
71	(19)	گرے ویور پرنٹنگ
74	(20)	سلک اسکرین پرنٹنگ
76	(21)	ٹائپ اور حروف سازی
80	(22)	ڈسپلے ٹائپ اور حروف سازی

82	تمثیلات / تصاویر	(23)
84	کئی طرح کی خطی تمثیلات	(24)
89	مسلل ٹون (ہاف ٹون) تمثیلات	(25)
91	ایڈیٹنگ اور کراپنگ	(26)
93	گراٹک ڈیزائن کا عملی پہلو	(27)
96	ڈیزائن کے بنیادی قاعدے	(28)
99	رنگ	(29)
104	لے آؤٹ کے اصول	(30)
107	لے آؤٹ، قدم بہ قدم	(31)
111	پوری طرح تیار لے آؤٹ	(32)
117	اخبارات	(33)
121	رسالہ / مجلہ	(34)
125	ڈائریکٹ میل	(35)
130	ڈائریکٹ میل	(36)
133	پوسٹر	(37)
135	پائٹ آف پرچیز ڈسپلے (پی۔ او۔ پی) / پائٹ آف سیل ڈسپلے	(38)
137	پیکیجنگ ڈیزائن	(39)
141	ٹریڈ مارک	(40)
146	کتاب کا ڈیزائن	(41)
152	اشتہار بازی کی تاریخ	(42)

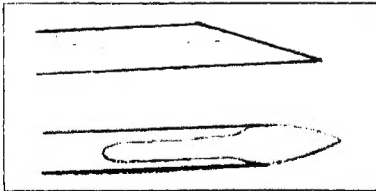
سامان (Materials)

کی تحریک ضرور ملتی ہے، اس لیے قلم کو پکڑتے رہیے۔

بہم ایسی ضرورت کے لیے سرکنڈے کی تلاش میں کسی قرعین دریا، نہریا تالاب پر جائیں گے۔ اب آپ نے دیکھا کہ میں نے اندرون ورق پر ایک سرکنڈے کا کھینچا کیوں بنایا ہے۔ ایسا اس لیے کیا ہے کہ آپ کو پتہ چل جائے کہ ہم کس شے کو تلاش کر رہے ہیں۔ اگر آپ کو کہیں قریب میں سرکنڈہ دستیاب نہ ہو پائے تو آپ کو جلد ہی ایسا کوئی دوست مل جائے گا جو سرکنڈہ کے قرب و جوار میں ہی رہتا ہو کیونکہ سرکنڈے عام طور پر دستیاب نہ ملنے والی شے ہوتے ہیں۔

سرکنڈوں میں تلاش کرنے پر آپ کو گزشتہ برس کا افکار و ایسا سرکنڈہ مل جائے گا جو مرچکا ہو اور جس نے دھوپ میں سوکھنے کے بعد صاف رحمت اختیار کر لی ہو۔ کسی چاقو کی مدد سے انھیں لمبائی میں چائٹوں کے درمیان سے کاٹ لیں۔ آپ ہر قسم کے سرکنڈے مونے، پتلے، کھنکھریں۔ یہ نکلے ایسے ہی ہوں گے جیسے کہ اندرون ورق پر دکھایا گیا ہے۔ یہ ہر ایک قسم کی مناسب موٹائی میں دستیاب ہو جاتے ہیں۔ چھتے سرکنڈوں سے باریک قلم تیار کیے جاسکتے ہیں۔

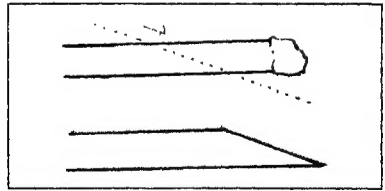
انھیں قلم کاروپ عطا کرنے کے لیے آپ کے پاس ایک تیز چاقو ہونا چاہیے۔



نقطہ نمبر 2

نقطہ بردار منحنی خط کی شکل میں اس سے آپ کو اوپر دکھائی گئی شکل کا قلم بن جائے گا۔ اندر کا گودا (ہوشیاری سے) صاف کر لیں۔

سب سے پہلے ہمیں ایک خاص قسم کا قلم درکار ہوتا ہے۔ سرکنڈے (Reed) کا قلم کہتے ہیں۔ یہ قلم کئی وجوہات کی بنا پر عمدہ ہوتا ہے۔ یہ بہت ہی سستا ہے یعنی اس کی قیمت تقریباً نہیں کے برابر ہوتی ہے۔ یہ ہمارے لیے اتنا ہی کارآمد ہے جتنا کسی دستکاری کے لیے کوئی اوزار۔ پھر یہ کہ ہمارا خود کا بنایا ہوا ہے۔ یہ ایک ایسا قلم ہے جسے ہمیں ذکاوری اور چالاندی سے استعمال کرنا ہوتا ہے۔ آپ جب رنگ استعمال کریں گے تو آپ کو اسے بہت زیادہ گرفت میں لینا ہوگا کیونکہ ہم سرکنڈے کے قلم سے روشنائی کے ساتھ ساتھ رنگ بھی استعمال کرنے جارہے ہیں۔ مجھے پورا یقین ہے کہ کام شروع کرنے والوں کے لیے پینسل کے بجائے قلم ہی زیادہ بہتر اور مناسب ہے۔ اگر پینسل کے خطوط کھینچنے کا موقع دیا جائے تو اس خطوط سے جھجک، کمزوری اور اعتماد کی کمی کا اظہار ہوتا ہے۔ دراصل پینسل ان لوگوں کے لیے نہیں ہوتی جنہیں اس بات کا علم نہیں ہوتا کہ وہ کیا بنانا چاہتے ہیں۔ لہذا وہ اعتماد کے ساتھ کچھ نہیں بنا سکتے۔ چاہے آپ پسند کریں یا نہ کریں، قلم بہر حال کاغذ پر خط کھینچنے کی مارا ہے۔ چاہے آپ جان بوجھ کر کچھ بنانا چاہتے ہوں یا نہیں، یہ آپ کے لیے کچھ نہ کچھ بنائی ڈالتا ہے، اگر آپ قلم کو موقع دیں۔ اکثر آپ کو پتہ بھی نہیں چلتا اور یہ آپ کے لیے کچھ نہ کچھ بہتر کام انجام دے چکا ہوتا ہے۔ اگر یہ بہتر نہ بھی ہو تو بھی آپ کو اس کے ذریعہ خوب سے خوب تر



نقطہ نمبر 1

عمودی، جیسے کہ نقطہ بردار خط سے دکھایا گیا ہے۔ اس سے آپ کو اوپر دکھائی گئی شکل کا قلم مل جائے گا۔



Cut III



Cut IV

قلم نمبر 3

قلم بنانے کے لیے تراشے ہوئے حصہ کو کسی سخت جگہ پر، تصویر میں دکھائے گئے انداز میں، قلم کی پشت پر رکھیے۔ اس سرے پر نقطہ دائرہ لائن کی سمت میں قلم رکھ دیجیے (تراش دیجیے)۔ اب قلم تقریباً تیار ہے۔

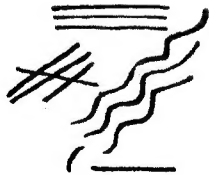
قلم نمبر 4

اب قلم کے بچے (مرکز سے) پیچھے کی جانب کو تقریباً 1/4 انچ لپکایا۔ ڈالے۔ اس کام کے لیے سیٹنی ریزر بلیڈ نہایت موزوں رہتا ہے۔ اب آپ کا قلم تیار ہو گیا ہے۔ قلموڑی سی مہارت کے بعد آپ یہ کام بہت جلد انجام دے لیا کریں گے۔

اب موٹے خطوط کھینچنے کے لیے کچھ قلم موٹے نرکوں سے اور ہارک خطوط کھینچنے کے لیے کچھ قلم پتلے نرکوں سے تیار کیجیے۔ آپ قلم کی نوک پر جتنی چوڑائی کا قلم لگائیں گے خط کی موٹائی بھی اتنی ہی مقرر ہو جائے گی۔ اگر کسی موقع پر آپ کو خصوصی طور پر بہت زیادہ موٹے قلموں کی ضرورت پڑے تو آپ ہائس سے تیار کر سکتے ہیں۔ آپ تیار چاہو تو ان کے سرے پھیل کر انھیں حسبِ مشافہہ تک تراش سکتے ہیں ان پر قلم رکھ سکتے ہیں۔

اب معمولی قسم کی سیاہ روشنائی کی ایک شیشی اور کچھ ٹائپنگ یا رائٹنگ کاغذ خرید لیے۔ ان میں سے کچھ کاغذ تو بہت عمدہ قسم کا ہو اور کچھ معمولی نوعیت کا اور بہت سستا۔ اگر بہت پختایا بہت زیادہ کھردرا نہ ہو تو کسی بھی قسم کے کاغذ سے کام چل جائے گا۔ ٹائپنگ کے لیے استعمال کیا جانے والا کاغذ ٹھیک نہیں رہے گا۔ پکٹاکار نرنگ پیپر (Cartridge Paper) عمدہ تو ہوتا ہے مگر یہ کچھ مہنگا بھی ہوتا ہے۔ جب آپ اپنے قلم سے مختلف طرح کے رنگوں سے کام لینا سیکھ جائیں گے تب اس وقت یہ کاغذ سب سے عمدہ رہے گا۔ پرانے رڈی وال پیپر سستار ہوتا ہے اور اس کی پشت لکھنے کے لیے استعمال کی جاسکتی ہے۔

قلم کا استعمال



(3) اگر آپ قلم کے پہلو سے کام لیں تو موٹے قلم والے قلم سے بھی نہایت ہارک خطوط کھینچے جاسکتے ہیں۔

(2) قلم کے قلم کو مختلف انداز میں استعمال کر کے بڑے دلچسپ خطوط کھینچ سکتے ہیں۔

(1) جتنی موٹی ہائس (خطوط) آپ یہاں دیکھ رہے ہیں انھیں 1/8 انچ والے قلم سے کھینچا جاسکتا ہے۔



(5) ہار یک قدا والے ان قلموں کی پشت سے اور بھی زیادہ ہار یک خطوط کھینچے جاسکتے ہیں۔



Kaavya
Kaavya
Kaavya
Kaavya
Kaavya



(4) ہار یک قدا والے قلم کو عمودی انداز میں استعمال کر کے ہار یک خطوط کھینچے جاسکتے ہیں۔

پہلے بہت سستے کاغذوں پر کام کی شروعات کریں۔ اگر یہ خراب بھی ہو جائیں گے تو آپ کو پروا نہیں ہوگی۔ مختلف سائز والے قلموں سے کھینچتے ہوئے کام کیجئے اور دیکھیے کہ پھر کیا ہوتا ہے۔

(6) اس طرح کی کچھ اپنی سیدھی تصویریں بنانے کی کوشش کیجیے۔ یعنی کچھ اس طرح خطوط کھینچئے کہ وہ کسی چیز کی شکل کی طرح دکھائی دینے لگیں۔ قلم کو مختلف زاویوں سے پکڑیں۔ یہ کام اس وقت تک کرتے رہیں جب تک آپ اور آپ کا قلم ایک دوسرے کو پہچاننے نہ لگیں۔

آپ اب اپنا نام "کا پر پلیٹ" تحریر میں سب سے بہتر انداز میں لکھیے۔ اپنا نام اس طرح لکھیں کہ جیسے آپ بڑی جگت (جلدی) میں دستخط کر رہے ہوں۔ پھر آخر میں موسے نرگل والے قلم سے لکھیے اور دیکھیے کہ نرگل کے قلم سے لکھے پر آپ کے دستخط میں کیسے جان پڑ جاتی ہے۔ اس بات کا مشاہدہ بھی کریں کہ آپ کے دستخط واضح طور پر کس طرح آپ کے بن جاتے ہیں اور کس طرح ان میں آپ کی شخصیت جھلکتی ہے۔ نرگل کے قلم سے تھوڑا سا کلمہ کر کے محسوس کرنے کی کوشش کریں۔ جب آپ اس کلمہ کھینچنا چاہیں تو بھی اتنی ہی لاپرواہی اور بے فکری سے کام کر کے دیکھیں جتنی بے فکری سے آپ نے دستخط کر کے دیکھا تھا۔ اس طرح آپ جو اس کلمہ بناتے ہیں اس سے بھی آپ کی شخصیت کا اظہار ہوتا ہے۔

تھوڑا تھوڑا کام کیجیے۔ ذرا تنگ جتنی بڑی ہوتی ہے اناڑی لوگوں کو
 اتنی ہی دشواری درپیش آتی ہے۔ اس کتاب میں جتنی بڑی تصویریں دکھائی
 گئی ہیں اسنے سازگی تصویریں بنانے سے شروعات کیجیے اور پھر جیسے جیسے آپ
 میں قوت اعتماد پیدا ہوتی جائے ویسے ویسے آپ ان کا ساز بھی بڑھاتے
 جائیں۔ میں نے تقریباً تمام ہی تصویریں چھوٹی بنائی ہیں اور اپنی بات کو نہایت
 سادگی سے بتانے کی کوشش کی ہے۔



سادہ آؤٹ لائن اسکچ (Simple Outline Sketches)

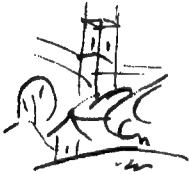


آپ اس قسم کی تصویر بنانے کی کوشش نہ کریں۔ پہلے کوئی چھوٹا سا خط بنائیں۔ اپنے قلم کو کاغذ پر دو کیوں۔ پھر ایک ٹھکانہ تصویر پر ڈالیں اور پھر ایسے ہی خطوط کھینچنے کی کوشش کریں۔ اسی طرح رفتہ رفتہ تصویر بناتے چلے جائیں تو آپ آخر کار اس قسم کی تصویر بنائیں گے۔

حالانکہ ممکن ہے کہ اس طرح آپ بہت صحیح ڈرائنگ تیار کریں مگر اس طرح ڈرائنگ تیار کرنے کا یہ ایک فرسودہ طریقہ ہے۔



اس سے بہتر یہ ہے کہ آپ اپنے موضوع (Subject) پر اس وقت تک بھرپور نگاہ ڈالیں جب تک آپ یہ محسوس نہ کرنے لگیں کہ آپ نے اس کی شکل و صورت کو اچھی طرح ذہن نشین کر لیا ہے۔ پھر اس کے بعد ”مزاک“ سے اسے صحیح ڈالیں۔



یہ تصویر اصل میں اتنی صحیح نہیں بنے گی اور اسے دیکھ کر آپ شاید یہ بھی محسوس کریں کہ آپ اسے اس حد تک یاد نہیں رکھ پائے جس حد تک آپ نے اسے یاد رکھنے کی کوشش کی تھی۔ مگر یہ چھوٹی سی سادہ ڈرائنگ زیادہ ”جاندار“ اور ”ذاتی“ قرار دی جاسکتی ہے۔



اسی طرح دوسری ڈرائنگ بنانے کی کوشش کریں تو یہ پہلی والی سے کچھ بہتر بنے گی۔ اس طریقہ سے آپ پہلے ”دیکھنا“ سیکھ رہے ہیں اور اس کے بعد اسے بنانا سیکھ رہے ہیں (کہ جو کچھ آپ نے دیکھا ہے)۔ آپ کے تجربات میں اضافہ ہوتا چلا جا رہا ہے۔ اور یہی چیز ”آرت“ کی روح ہوتی ہے۔ اس طرح ایک آدھ درجن ڈرائنگیں (Drawings) تیار کرنے کے بعد آپ دیکھیں گے کہ اب اس کی زیادہ صحیح اور زیادہ بہتر بننے لگے ہیں۔

زیادہ مفصل اسکیچ (More Elaborate Sketches)

عی رہا ہے۔ اور اب ہم تیسری جہت یعنی موٹائی بھی دکھانے چاہے ہیں۔ ہم اس میں ایک چیز بھرے چاہے ہیں جسے عموماً ”شڈنگ“ (Shading) سے موسوم کیا جاتا ہے۔ مگر ایسا کرنے سے قبل ہم جو کچھ کہہ رہے ہیں اس کی یقین دہانی بھی کرنی چاہیں گے۔



پتہ دے۔

فوری ہی ہمیں درخت کے کچھ گہرے (تاریک) حصے نظر آئے گئے ہیں جن سے یہ احساس پیدا ہوتا ہے کہ اس میں موٹائی بھی موجود ہے۔ حالانکہ اب یہ درخت رنگ کے اعتبار سے اتنا ہی ہلکا ہو گیا ہے جتنا آسمان، مگر اس کا پیکر اب بھی وہی ہے یعنی یہ اب بھی درخت ہی نظر آتا ہے، مگر اب اس نے اپنا رنگ گموا دیا ہے اور عام درخت کے مقابلہ اس کی اصل فون بھی غائب ہو گئی ہے۔ یہ اب بھی درخت ہی دکھائی دیتا ہے۔ کوئی گہرے ہرے رنگ کے کپڑے کا ٹکڑا نہیں لگتا۔ یعنی پیکر اتنی اہم چیز ہے۔

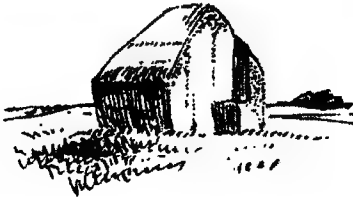
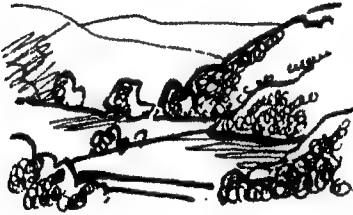
آپ نے اب تک جتنے بھی اسکیچ بنائے ہیں وہ دراصل سادہ آکٹ لائنیں تھیں۔ آپ نے جو کچھ دیکھا اس کی شکل بنا ڈالی۔ اگر حلوہ ہے جب ان اشیاء کی شکل کو اور زیادہ تفصیل سے دکھایا جائے گا۔ اسے یوں بھی کہا جاسکتا ہے کہ اب تک آپ کی ڈرائنگ کا تعلق دو جہتوں (Two Dimensions) سے

(1) ایک درخت آسمان سے زیادہ گہرے رنگ کا ہوتا ہے۔ گھاس درخت سے ہلکے رنگ کی ہوتی ہے لیکن بہر حال یہ آسمان سے زیادہ گہرے رنگ کی ہوتی ہے۔ درخت اور گھاس کی ڈرائنگ بنا کر، آسمان کے مقابلہ انہیں زیادہ گہرے رنگ کے بنائیں۔ آپ یہ کہہ سکتے ہیں لیکن ہم یہاں درخت کی موٹائی یا پہاڑی کے اوپر سے گزرتے ہوئے میدان کے پچ و خم بھی دکھا رہے ہیں۔ میرا خیال ہے کہ آپ نے یہ سب کچھ نہیں کیا ہے۔ ٹون (Tone) سے واقف ہونے پر ہی آپ یہ سب کچھ کر سکتے ہیں۔ ٹون کا خیال رکھنا ضروری ہے مگر ”پیکر“ (Form) دکھانے کے لیے کچھ اور بھی کرنا ضروری ہے۔

(2) اپنے درخت کو ایک بار فور سے اور دیکھیے۔ آپ دیکھیں گے کہ درخت کے نیچے کا حصہ اور روشنی سے دور والے حصے اور بھی تاریک ہیں۔ اب اسے بھی دکھانے کی کوشش کیجیے۔ اب تیسرا بُعد / جہت (Third Dimension) اجاگر ہو جاتی ہے۔ اب ہم نے ٹون کا استعمال کیا ہے۔ لیکن ہم ”پیکر / شکل“ بھی دکھا چکے ہیں۔

اب آپ کو پتہ چلے گا کہ دنیا کی بہترین ڈرائنگیں (Drawings) ”پیکر“ (Form) پر سب سے زیادہ زور دیتی ہیں؟ ٹون تصویر میں تو آسکتی ہے مگر اس کی اہمیت ثانوی حیثیت رکھتی ہے۔ میرے خیال میں آگسٹس جان (Augustus Jaun) نے ڈرائنگ کی سب سے عمدہ تعریف کی ہے۔ انھوں نے کہا تھا ”ڈرائنگ تو پیکر (Form) کی تفصیل ہوتی ہے۔“ آپ اسے ذہن نشین رکھیں تو آپ کے سب کام ٹھیک ہوتے رہیں گے۔

اب ہم اس درخت کے ساتھ کچھ مزید کاروائی کرتے ہیں۔ ہم مزاحش کریں گے کہ آپ ایک دم سے ہمارے اس درخت پر سفید پلاسٹر



(3) اب ہم پلاسٹر درخت (Plaster Tree) بنائیں گے، نتیجہ اطمینان بخش ہے۔ اب ہم اس درجے پر پیشان نہیں ہوتے کہ درخت آسمان سے زیادہ گہرا رنگ اختیار کر گیا ہے۔ پیکر کو زیادہ تفصیل سے بیان کرنے کے لیے بہت اچھے آرٹسٹ ایسے مقامات پر بھی شید بھرتے ہیں جہاں اصل میں شید موجود ہی نہ ہو۔

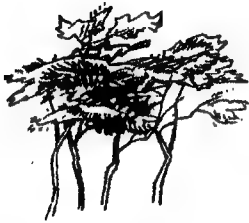
(4) کبھی کبھی ہم پیکر کی تفصیل بیان کرنے کے علاوہ نون بھی استعمال کرنا پسند کرتے ہیں تاکہ کچھ ایسے خاص اثرات کی عکاسی کر سکیں جن میں ہلکے پس منظر کے برخلاف کچھ تاریک چیزیں دکھائی گئی ہوں۔ لیکن انھیں حاصل کرنے کا سب سے بہتر طریقہ یہ ہے کہ لائنوں پر دھوئوں (Washes) سے کام لیا جائے۔ اس کے بارے میں ہم تفصیل سے بعد میں بتائیں گے۔ یہاں ہم زیادہ تر پیکر کے بارے میں ہی سوچیں گے۔ اس طرح ہمیں جاندار اور مقررہ کچھ حاصل ہوتے ہیں۔

(5) سامنے والی تصویر کی طرح شید بھر گئے، مختلف شکلوں کی تفصیل ظاہر کر کے پریشان ہونے کی ضرورت نہیں۔ سادہ خطوط سے ڈرائنگ بنا کر "پلاسٹر ایکٹ" (Plaster Act) کا تصور کر لیں۔ پھر تاریک حصوں میں بے فکرگی سے خطوط کھینچ دیں۔ کچھ دیر تک خطوط سے کھینچتے ہوئے یہ کام انجام دیں۔ "خطوط والے شید" پر زیادہ غور و فکر کرنے کی ضرورت نہیں ہے بلکہ "جہاں" انھیں بنانا ہو وہیں اس قسم کے خطوط کھینچ دیں۔ البتہ "جہاں" پر بہت تنبیہ دینی کی ضرورت ہے وہاں ضرور بالضرور غور کریں۔

(6) اس درکار رنگ دنیا میں تمام ہی چیزیں ایک ہی مال سالہ سے بنی ہوئی ہیں۔ اس لیے آپ کو طے کرنا ہو گا کہ مختلف مال سالہ سے بنی ہوئی چیزوں کو آپ کھینچناں خطوط کے شید سے کس طرح ظاہر کریں گے: جیسے گھاس اور بھوسے کا ڈھیر یا گھاس سے بھرا ہوا میدان۔



(7) کچھ درختوں کی چٹاں بیڑی ہوتی ہیں تو وہیں صنوبری درختوں کی چٹاں سونوں کی طرح ہوتی ہیں۔ ہم تمام طرح کی چٹوں کو تو بیٹھا اپنے اس اس کچے میں نہیں دکھا سکتے البتہ مختلف طرح کے شڈ کی مدد سے ہم چٹوں کی مختلف بیڑیوں کو دکھا سکتے ہیں۔ اس لیے بناوٹ اور شکلوں کا اظہار کرنے والے شڈ (بھرنے) کی پریکٹس کرنی چاہیے۔



(8) اسی طرح خیالی تصویروں کی بناوٹ کے لیے ایک کوئک نوٹ (Quick Note) بنی کافی ہے۔ یہ بات ذہن نشین رکھنی چاہیے کہ ”میں جو کچھ بھی بنا رہا ہوں وہ کس مالِ سالہ کی بنی ہوئی ہے۔“ جب آپ گھاس کی ڈرائنگ بنا رہے ہوں تو گھاس کے نوک دار ہونے کا خیال ذہن میں رکھیں۔ اسی طرح چھوٹا صنوبری درختوں کی چٹاں بناتے وقت ان کی جہن کو ذہن نشین رکھیں۔



(9 اور 10) جب آپ کھردری چھال والے درخت کی ڈرائنگ بنائیں تو اس کی چھال کی بنی کا تصور کریں۔ ”سفید سے“ کی طرح کے درختوں کے سنے کافی پکٹے ہوتے ہیں۔ اسی طرح جھیل کی عکاسی کرتے وقت لہروں کی ڈگمگاہٹ، ان کا لہرانا اور ان کے ارتعاش اور انعکاس کا تصور ذہن میں رکھیں اور اپنے قلم کو اسی انداز میں لہرائے اور ڈگمگانے دیں۔





(11) انبار چڑھلا (Tone) ساخت (Form) اور بناوٹ کی عکاسی کرنے کا ایک آسان طریقہ یہ ہے کہ چائینیز سفید رنگ یا اپنے قلم کی سفید روشنائی استعمال کریں اور سیاہ کاغذ پر سفید رنگ سے شیز بھریں یا بھر سفید کاغذ پر بھی کام سیاہ روشنائی سے بھی کیا جاسکتا ہے۔



(12) رنگین کاغذ (Pastel Paper) اس کام میں بڑے سفید ثابت ہوتے ہیں کیونکہ آپ موضوع کے مطابق ہی رنگ کا انتخاب کرتے ہیں جیسے صبح کا دھندلا دکھانے کے لیے نیلے یا کستری رنگ کا استعمال کر سکتے ہیں۔ اگر آپ کو یہ کاغذ دستیاب نہ ہوں تو کاغذ کو دالر کلر سے رنگین بنالیں جیسا کہ میں نے کیا ہے۔

بڈی کھر (Body Colour)

فائدہ مند رہتا ہے جہاں عبوری اثرات (Transient Effects) کے تیز و علامت (Quick Notes) کو مقید کرنے کی ضرورت پیش آتی ہو۔ بلکہ رنگ کے زیادہ تر رقبہ کو ایسے ہی چھوڑ دیا جاتا ہے تاکہ موضوع کے عام ٹون (General Tone) کی عکاسی کی جاسکے اور آپ کی زیادہ تر توانائیاں روشن پہلوؤں کی سرعت کے ساتھ عکاسی کرنے میں کام آسکیں۔

مندرجہ ذیل چھوٹے چھوٹے رنگین نوٹس (Colour Notes) کے سلسلہ سے ان خطوط کی نشاندہی کی جاسکتی ہے جن پر عمل کر کے نہایت کامیابی کے ساتھ بڈی کھر آزمایا جاسکتا ہے۔ سفید لائن رنگ کے لیے اس کے استعمال کرنے کے طریقے کا مظاہرہ پہلے ہی کیا جا چکا ہے۔

معمولی شفاف دائرہ رنگ (Ordinary Transparent Water Colour) سے تجربات کر کے وقت آپ نے دیکھا ہو گا کہ جب یہ سوکتے ہیں تو کاغذ پر موجود کھیلے رنگ کے مقابلہ کچھ ہلکا ٹون اختیار کر لیتے ہیں۔ تجربات سے آپ اس تبدیلی کی تیاری کر لیا کریں گے۔ جب بڈی کھر کا استعمال کیا جاتا ہے تو رنگ سوکتے پر پیدا ہونے والی تبدیلی زیادہ نمایاں ہو جاتی ہے اور میڈیم (Medium) کے اس خصوصی طرز عمل کے لیے پہلے سے صحیح اندازہ لگانے اور تیار کرنے کے لیے کہیں زیادہ تجربہ درکار ہوتا ہے۔

شفاف رنگ کے مقابلہ بڈی کھر کے استعمال کرنے میں ایک فرق اور ہوتا ہے۔ شفاف رنگوں سے سب سے بہتر نتائج اس وقت حاصل ہوتے ہیں جب بہت زیادہ گہرے رنگ بہت زیادہ پانی ملا کر اور بھر برش بھر کر اس کا استعمال کیا جائے۔ اسی انداز میں اس بڈی کھر کو ملایا جائے تو وہ اس انداز میں نہیں سوکھ پائے گا کہ اپنے نیچے موجود کاغذ کو مکمل طور پر چھپالے۔ بڈی کھر اچھکے میں نہایت دیکھ صوص کی عکاسی کرنے کے لیے اس خصوصیت سے استفادہ کیا جاتا ہے۔ جب بلکہ رنگ کے نیچے واقع سطح چھپانے کے لیے بڈی کھر کا استعمال کیا جائے تو ایسے موقعوں پر بہت کاغذ چھپت ملایا جاتا ہے۔ رنگ تیز اور پانی کم ملایا جائے اور اس طرز سے خود اس کا شگ استعمال کیا جاتا ہے۔

غیر شفاف رنگ کا استعمال (Use of Opaque Colour)

پینٹ باکس (Paint Box) کے اجزاء چائیز وہاٹ (Chinese White) کا استعمال کرتے وقت ہوشیاری برتی جاتے۔ یہ دائرہ رنگ اس سفید رنگ کو دیگر رنگوں سے ملا کر بڈی کھر (Body Colour) تیار کرنے کے معاملہ پر جان دہوتی ہے۔ کہنے کا مطلب یہ نہیں کہ بڈی کھر کا استعمال ہی نہ کیا جائے۔ اس کے برعکس معاملہ یہ ہے کہ اسے استعمال کر کے بڑے پیمانے پر رنگین اثرات پیدا کیے جاسکتے ہیں۔ میں صرف یہ تجویز پیش کرتا چاہتا ہوں کہ یا تو کوئی اچھکچورے طور پر شفاف (Transparent) رنگ سے تیار کیا جائے یا پھر صرف بڈی کھر سے۔ ان دونوں طریقوں کے امتیاز سے غیر شفاف رنگ حاصل ہوتا ہے جو گدلا اور مردہ دکھائی دیتا ہے جبکہ شفاف رنگ کمزور اور کنٹراسٹ (Contrast) کے اعتبار سے قوت سے عاری (Lacks in Strength) نظر آتے ہیں۔ عمومی طور پر اس دنیا کے بہت سے ضابطوں میں اسے اس ضابطہ کو بہت سے عمدہ آرائشوں نے نہایت کامیابی سے توجہ ہے، مگر انا ہی اور اس کام کی شروعات کرنے والوں کے لیے یہ ایک خطرناک راہ ہے۔ عقلی طور پر آپ کے سامنے راہ فرار اختیار کرنے کا یہی طریقہ رہ جاتا ہے کہ اگر درمیانی راہ کو ہم ہو جائے تو گہرے رنگ پر بلکہ رنگ کے چھوٹے چھوٹے پوندوں (Patches) کو چڑھا دیا جائے اور یہ کام بھی اس وقت کیا جائے جب برش سے رنگ اٹھانے یا چاقو وغیرہ سے کھرچنے یا کسی اور طریقہ کو بروئے کار لانے سے کچھ حاصل نہ ہو تا ہو۔ ان سب کے باوجود بھی اخذ شدہ نتائج پر نگاہ ڈال کر آپ اس بات سے متفق نظر آئیں گے کہ بہتر یہی ہے کہ اچھکچورے کی نوکری میں پیشک کردہ بارہ اچھکچورے تیار کیا جائے۔

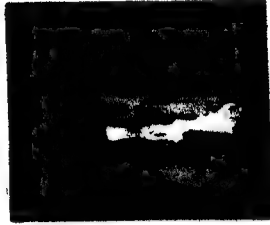
بڈی کھر کا استعمال بذات خود ایک دوسرا معاملہ ہے۔ اس سے عبور سے اخلاستی یا دیگر بلکہ رنگوں (Tinted Colour) والے کاغذوں پر سب سے زیادہ فائدہ اٹھایا جاسکتا ہے۔ اس کا استعمال ایسے موضوعات کے لیے خاص طور پر موزوں رہتا ہے جہاں زبردست نوعیت کے ٹون اختلافات (Tone Differences) واقع ہوتے ہوں، خصوصاً یہ ایسے موقعوں پر بڑا

بڑی کمری وضع قطع کی عکاسی کرنے کے لیے تین مثالیں کافی رہیں گی:

کاغذ کے زیادہ تر حصہ کو کسی رنگ نے نہیں چھوا ہے۔ اس کی قدر و قیمت میں اس وقت بے حد اضافہ ہو جاتا ہے جب اچانک کوئی بیجان اٹھیز اثر نمودار ہوتا ہے، چاہے چند منٹوں کے لیے ہی کیوں نہ سہی۔

(3) اس چھوٹے سے ایکٹک میں بغیر چھوئے گئے کاغذ کی مقدار بہت کم ہے۔ موضوع کے اصل خطوط گہرے بھورے اور کچھ نیلے رنگ سے کھینچے گئے ہیں، نیلے رنگ میں تھوڑا سا سفید رنگ بھی ملایا گیا ہے۔ جب رنگ خشک ہو جائیں تو موضوع کے گہرے رنگ والے حصوں کو برش کی مدد سے اچانک کیا گیا تھا۔ اس سلسلے میں استعمال کیے جانے والے کمر میں کافی مقدار میں سفید رنگ ملایا گیا تھا تاکہ یہ نیم غیر شفاف (Semi-opaque) بن جائے لیکن اس کے باوجود بھی کمر کے دھوئوں میں سے کاغذ کا خاکستری رنگ نظر آتا رہا ہے۔ ان رنگوں کا نہر بعد میں آیا جن میں سفید رنگ زیادہ مقدار میں مد ہوا تھا اور سب سے زیادہ روشن حصوں کو نسبتاً زیادہ سوکھے بڑی کمر سے دکھایا گیا تھا۔ اس آخری بڑی کمر کے کچھ حصے کو سرکنڈے کے قلم سے بھرا گیا تھا، تھوڑے سے زیادہ تاریک کام کو سب سے اخیر میں اس وقت انجام دیا گیا جب پورا ایکٹک کافی سوکھ گیا۔ آپ کو پتہ چلے گا کہ غیر شفاف رنگ پر گہرا رنگ ب آسانی چڑھ جائے گا۔

(1) گہرے نیلے۔ خاکستری کاغذ پر سفید اور زرد بڑی کمروں کا استعمال سرکنڈے کے قلم سے کیا جاتا ہے۔ گہرے بھورے رنگ کی لائنیں۔

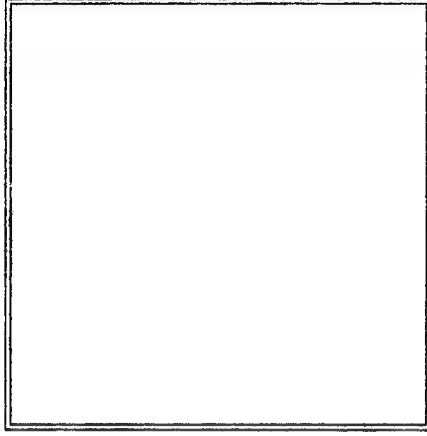


(2) سب سے پہلے گہری لائنیں کھینچی جاتی ہیں، پھر آسمان، سمندر اور درختوں کے روشن حصوں جیسی چیزوں کو دکھانے کے لیے پتلے بڑی کمر استعمال کیے جاتے ہیں۔ آسمان، سڑک، سمندر اور درختوں کے سب سے زیادہ روشن حصوں کو دکھانے کے لیے سب سے آخر میں گاڑھے بڑی کمریں استعمال کیے جاتے ہیں۔ بڑی کمر کے کہیں کہیں اور بہت تھوڑے استعمال کے لیے سرکنڈے کا قلم استعمال کیا جاسکتا ہے۔



مندرجہ بالا دونوں مثالوں میں آپ نے یہ بات دیکھی ہو گی کہ

کمپوزیشن (Composition)



اس چھوٹے سے فریم کو کسی بڑی سی تصویر پر رکھیے اور پھر اسے تصویر پر لاہر اوھر گھما کر اس حصہ کو دریافت کیجیے جس سے بہترین ڈیزائن بناسکتے ہوں۔

اسکچنگ کرتے وقت آپ اس کارڈ کو آنکھ سے مختلف فاصلوں پر رکھ کر دیکھ سکتے ہیں۔ اس سے آپ کو اپنے موضوع کی سب سے بہتر ترتیب (Arrangement) معلوم کرنے میں مدد مل سکتی ہے۔

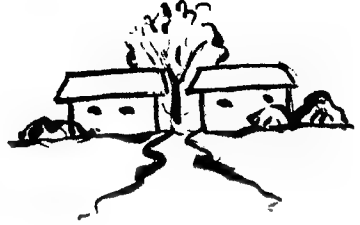
اوپر نقطہ بردار خطوط پر دکھائے ہوئے چورسے اسکاچ کو کسی سفید کارڈ پر کاٹ لیجیے۔ اور پھر مونسے خطوط سے ایک فریم کی شکل بنادیتجیے۔

اس طرح جب آپ اسے کسی کتاب وغیرہ پر رکھیں گے تو اس کے اندر بنی ہوئی تصویر باقی تصویر سے علیحدہ ہو جائے گی اور اسی کے ساتھ آپ مختلف قسم کے اسکیچوں کو فریم کرنے کی قدر و قیمت سے بھی واقف ہو جائیں گے۔

کمپوزیشن یا تصویروں کے ڈیزائن پر بہت سے صفحات تحریر کیے گئے ہیں۔ یہاں میں صرف یہ بتانے جا رہا ہوں کہ آپ ایسے اسکیچوں (Sketches) کو ہرگز نہ بنائیں جو نامموز یا غیر حوازن (Lop-sided) ہوں۔



اپنے اسٹیک کے تمام دلچسپ حصہ کو ایک ہی جانب ظاہر کرنا بھی بڑا پریشان کن ہوتا ہے اور آپ کو اس پر ایک ٹھانڈا لڑنے سی یہ بات سمجھ میں آجائے گی۔ دیکھیے اوپر کی تصویر۔



میرا یہ مطلب ہے کہ آپ اپنے اسٹیجوں کو بالکل متشاکل (Symmetrical) بنائیں جیسا کہ اوپر کی تصویر ہے۔ یہ غیر جذباتی اسٹیک ہے۔



جب تک آپ کو اچھی خاصی پریکٹس نہ ہو جائے اس وقت تک مقررہ مربع (Fixed Squares) یا مستطیل نما شکل کی مدد سے اسٹیک کھینچنے کی کوشش نہ کریں۔ کاغذ کے وسط سے کام کرنا شروع کریں اور پھر دائیں، بائیں، اوپر، نیچے اسے بڑھاتے چلے جائیں۔ اور ڈیزائن کو متوازن کرنے والے حصوں کا اضافہ کرتے چلے جائیں۔ جھونپڑی (Cottage) سے ابتدا کریں اور اس کے ارد گرد کے منظر کی عکاسی کرتے چلے جائیں۔



ہم کیوڈیشن کے تمام ہی پیچیدہ ضابطے بیان کرنے کی کوشش نہیں کریں گے۔ آپ کو اپنے اسٹیک کی ایک سمت کو دوسری سمت پر کسی دوسری چیز سے متوازن کرنا ہوتا ہے۔ بات ذہن نشین رکھنی ہوتی ہے کہ ایک ایسی چھوٹی شے جو چاروں طرف کھلی جگہوں سے گھری ہو ایک بڑے عظیم الجثہ درخت کو متوازن کر دے گی۔

مزید سامان (More Materials)

اپنے سامان میں مندرجہ ذیل سامان کا اضافہ کر لیجیے

پانی کی ایک چھوٹی سی شیشی

پانی رکھنے کے لیے ایک چھوٹا پیالہ

عمدہ نوک والا وائر فلر برش۔ اس کے بال تقریباً 3/4 انچ لمبے ہوں اور یہ نرم اور عمدہ سامان

ہو۔ اوٹف کے بالوں والے برش کا زیادہ استعمال نہیں ہوتا اس لیے سبل (Sable) یا فچ

(Fitch) سب سے بہتر رہے گا۔



(1) کافی زیادہ پانی ڈال کر اپنی سیاہ روشنائی کو اتنی ہلکی بنائیں کہ اگر اسے کاغذ پر پھیریں تو درمیانی خاکستری رنگ بن جائے۔ اب آپ کالی روشنائی کے خطوط سے بنی ہوئی ڈرائنگ پر اس ہلکی روشنائی کے برش کی جنبشوں (Strokes) سے پیکرہاں کا اظہار کر سکتے ہیں۔ پہلے روشنائی اچھی طرح سوکھنے دیں اور پھر چاہے تو قلم سے شید بھر دیں اور چاہیں تو نہ بھریں۔ اس بات کا پوری طرح خیال رکھیں کہ لائنیں بگڑنے نہ پائیں۔ اگر پادل دکھانے ہوں تو انھیں برش اور تیار کردہ روشنائی سے دکھایا جاسکتا ہے۔

(2) اسی طرح دوسرا اسٹیک بنائیں اور اس پر پھیرے ہوئے محدود انگوٹھوں (Wash) کو سوکھنے دیں۔ اب اس میں سیاہ روشنائی سے لائن شیدنگ (Line Shading) کا اور اضافہ کر دیں۔ یہ شیدنگ واش (Wash) سے درہم برہم نہیں ہوگی اور نتیجہ میں زیادہ تفصیلی اثرات اور سطح کاری سے متعلق زیادہ مقررہ خیال (Suggestion of Textures) کی عکاسی ہو پائے گی۔

(3) انھیں خطوط پر کام کرتے ہوئے سیاہ روشنائی اور سیاہ روشنائی والے شیدنگ سے ڈرائنگ تیار کیجیے۔ ان سب کو سوکھ جانے دیجیے اور پھر اس پر ہلکی روشنائی والے محدود انگوٹھ کا استعمال کیجیے اور پھر دیکھیے کہ یہ درہم برہم انگوٹھ کس طرح لائنوں کو ہلکا کر دیتا ہے اور پھر لائن ڈرائنگ سے مکمل مل جاتا ہے۔



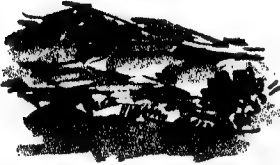
(4) اس سے بھی زیادہ نرم، یکے اور شانستہ نتائج (Softer Results) تک پہنچنے کا ایک طریقہ اور ہے جسے مقررہ خط (Definite Line) کی تائید اور حمایت حاصل رہتی ہے۔ سیاہ روشنائی سے کم سے کم لائن ٹینک والی لائن ڈرائنگ بنائیں۔ لیکن اس میں جب یہ لائنیں گیلی ہوں اسی وقت بھی روشنائی والا گھول استعمال کیجیے۔ واش کو پر چھائیں۔ والی جانب کی لائنوں سے تو چھونے دیں لیکن اشیاء (Objects) کے روشنی والے پہلوؤں کو چھونے سے زیادہ تڑپتاں کریں۔ بہت ہی یکے دھوونوں/گھولوں (Washes) یا سادہ پانی کے استعمال سے عمدہ نتائج برآمد ہو سکتے ہیں۔



(5) جب آپ کے پاس سیاہ روشنائی دھوون (Black Ink Wash) بن جائے تو اس سے دور کی ڈرائنگ بنا کر (قلم استعمال کر کے) تجربہ کیجیے۔ اسے سوکھے دیں۔ اب قلم میں سیاہ روشنائی بھر لیں اور پھر سامنے کی منظر کشی کریں۔ نتیجہ حاصل ہونے والے تخفیف (Recession) کے اثر کو ملاحظہ کریں۔ جب ہم رنگ استعمال کریں گے تو ہمارا واسطہ اس طریقہ سے بہت پڑے گا۔

اولیں رنگوں کا وارد ہونا (The First Colour Arrive)

روشانی کی لائنوں اور شیڈنگ سے ان رنگوں سے پیدا ہونے والے اساس میں اضافہ ہو جاتا ہے اور تاریک حصوں یا گہرے حصوں کی شدت بڑھ جاتی ہے۔ آپ ان دو رنگوں سے بہت کچھ کر لیں گے حالانکہ ان سے آپ کے ذریعہ ڈھونڈے جانے والے بوجھ میں تو اضافہ ہو جائے گا لیکن ان کی رہنمائی کے سبب آپ کو بھرپور رنگوں والی راول پر نرم روی سے گامزن رہنے میں مدد بھی ملے گی۔ کسی سفید چٹائی کی فطرتی یا سفید ٹائل یا ایتھل برادر کسی مین کے ڈھکن پر آپ رنگوں کو ملا سکتے ہیں۔



ٹیوبوں (Tubes) میں موجود دو دائرہ گروں سے کام کی ابتدا: زرد آکرے (Yellow Ochre) زمین سے حاصل ہونے والی قسم ہے اور کوہالت نیلا (Cobalt Blue) بہت پیارا اور آکرے کے مقابلہ میں زیادہ تر استعمال میں لائی جانے والی شدت کے مطابق زرد آکرے سے زرد، الال اور بھورے رنگوں کا احساس پیدا کیے جاسکتا ہے۔ آکرے میں کوہالت نیلے رنگ کی آمیزش کر دی جائے تو اس سے مختلف شدتوں والے ہرے، زرد، ہرے سے لے کر نیلے ہرے رنگوں تک کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ کالی

کام کی ابتدا کرنے کے لیے روشانی سے بنائے ہوئے اپنے اسٹیک ذخیرہ میں سے ایک سادہ اسٹیک کا انتخاب کیجیے۔ اب اس پر خالص زرد آکرے اور خالص کوہالت نیلے کے چند سادہ دھوئوں (Washes) کو بھیرے۔ لیکن انھیں بھیرنے سے قبل ان میں کافی مقدار میں پانی ملا لیں کیونکہ کہیں ایسا نہ ہو کہ یہ اتنے گاڑھے ہو جائیں کہ خطوط ان کے پیچھے ہی چھپ جائیں۔ پتچوں (Patches) کو گہرے پینے سے تھل تھل (Pale Tint) میں درجہ بند کرنے کی کوشش نہ کریں لیکن رنگوں کو ممکنہ طور پر سادہ ترین انداز میں مرتب کرتے چل جائیں۔ البتہ ایک دوسرے کی مناسبت سے مختلف حصوں کے نوں کے فرق کو ذہن نشین رکھیں۔ نتیجہ سادہ مگر پراثر ہوتا ہے۔ اس سے قدرتی ماحول کے رنگوں کا اظہار تو نہیں ہوتا لیکن اس سے ذہن عمومی اثر کی جانب منتقل ہو جاتا ہے۔ یعنی اس سے یہ یاد دہانی ہو جاتی ہے کہ میدانوں میں ہرے رنگ کے تغیر پڑے شیڈ موجود تھے اور یہ کہ پہاڑوں پر دھوپ چھائوں اور برا نیلا رنگ موجود تھا، وغیرہ وغیرہ۔

اپنے اسٹیکوں میں استعمال کریں۔ کبھی کبھی لائن اور واش اسٹیکوں سے بھی رجوع کرتے رہیں اور انھیں بنانے کے لیے روشانی اور ہلکی روشانی کا استعمال بھی کرتے رہیں۔ پھر آپ ان چیزوں پر دائرہ کار کا استعمال کر کے مزید کچھ اور اضافہ کرنے کی کوشش کریں۔

اگر آپ مختلف کتابوں کا مطالعہ کریں تو آپ کے علم میں کافی اضافہ ہو جائے گا۔ ہر حال ہم نے صرف بارہ طریقوں کا ہی مظاہرہ کیا ہے اور یہ طریقے بہت دور تک آپ کا ساتھ دیں گے۔ ان سب کو آزمائیے اور پھر ان میں جنھیں سب سے اچھا سمجھیں انھیں

(1) رنگوں کو مطلوبہ گہرائی تک ایک دوسرے میں ملایا جاسکتا ہے اور پھر انھیں ایک متعین برش اسٹروک (Brush Stroke) یا اسٹروکوں (Strokes) سے نسبتاً چھوٹے رقبہ کو رنگا جاسکتا ہے۔



کافذ پر نیچے تک لے آئیں۔ اپنا برش خشک کریں اور تلی میں موجود فائبر رنگ کو اس سے اٹھالیں۔ جب تک یہ گیلیا ہے اس وقت تک اس کے کسی بھی حصہ کو دوسری مرتبہ ہرگز نہ چھوئیں ورنہ سب کچھ برباد ہو جائے گا۔
تشیل (Illustration) سے یہ تو معلوم ہوتا ہے کہ کتنا رقبہ گھرا ہوا ہے لیکن نچلے حصہ میں موجود رنگ کے گولے کو خشک برش سے نہیں اٹھایا گیا ہے۔

بڑے رقبہ پر ہلکا رنگ یا رنگ کا گھول استعمال کیا جاسکتا ہے۔ جتنی آپ کو ضرورت ہو اس سے زیادہ رنگ کا آمیزہ تیار کیجیے۔ کافذ کو تھوڑا سا ڈھال دے دیں اور رنگ سے برش کو پوری طرح بھر کر کافذ کے اوپر ہی حصہ میں ادھر سے ادھر تک پھیر دیں۔ برش کو ایک مرتبہ بھر رنگ میں ڈبو کر پہلی والی لائن سے ملا کر پھیر دیں۔ جب تک آپ کافذ کے نچلے حصہ تک نہ پہنچ جائیں تب تک یہی مشغلہ جاری رکھیے اور رنگ کے نیچے گولے کو رفتہ رفتہ

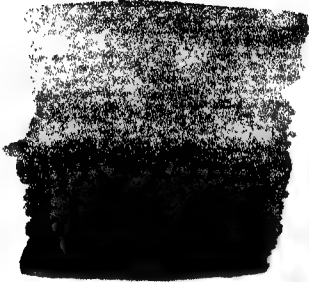
(2) دھوون سے انجام دیا جانے والا ایسا تجربہ جس میں دھواں کافذ پر پسے گھر اور پھر ہلکا رنگ پوسٹ دیا گیا ہے۔ اس میں بھی آپ پچھلی والی (تیسرا) رنگ کرنے کی ترکیب آزمائیے مگر ہر مرتبہ برش کو کافذ پر پھیرنے سے قبل رنگ میں حریف پانی ملا کر رنگ کو پلٹ پرا بھی طرح ملا کر ہلکا کرتے چلے جائیے۔



(3) اب کانف کو سادہ پانی سے دھو دیں اور جہاں آپ پسند کرتے ہوں وہاں (کانف پر) کچھ رنگ پٹکادیں۔ اس طریقہ سے سفید علاقہ میں چھوٹے رتوں کے لیے موزوں اور مختلف گریڈ کا لطیف رنگ حاصل ہو جاتا ہے۔



(4) ایک مرتبہ پھر یہی ترکیب آزمائیے مگر سادہ پانی کے دھوون پر رنگ پٹکانے کے بجائے اس مرتبہ ایک رنگ پر دوسرا رنگ پٹکائیں۔



(5) ایک کم ڈھلوان کانف پر ایک رنگ کا چھینٹا (Patch) ڈالیں۔ جب یہ گیلا ہو تو اسی وقت اس سے ملا کر ہی ایک دوسرے رنگ کا دھوون ڈالیں۔ اب آپ کو ایک رنگ دوسرے رنگ میں تبدیل ہوتا ہوا ہاتھ لگ جاتا ہے۔



(6) جب رنگ گیلا ہوتا ہے تو اس میں سے کچھ رنگ کو خشک برش سے اٹھانا آسان رہتا ہے۔ اس طرح ایک چھوٹے سے علاقہ میں تنوع یا تدریج (Gradation) پیدا کی جاسکتی ہے۔ یہ کام تیلے برش سے اس وقت بھی انجام دیا جاسکتا ہے جب رنگ سوکھ جائیں۔ اس میں کچھ زیادہ دیر بھی لگتی ہے اور تازہ اثرات کی کمی بھی نمایاں طور پر جھلکتی رہتی ہے۔

رنگوں کے ساتھ درجنوں ترکیبیں بروئے کار لائی جاسکتی ہیں لیکن اوپر جو بھی ترکیبیں سمجھائی گئی ہیں ان کی بنا پر آپ مختلف طرح کے کام انجام دے سکتے ہیں اور یہ ترکیبیں دور تک آپ کا ساتھ نہیں چھوڑیں گی۔

(7) آپ کو یاد ہو گا کہ جب خطوط کیلے ہی ہوں تو روشنائی اسلکچ میں بھی روشنائی کے دھون کو کس طرح استعمال کیا جاتا ہے۔ ٹھیک ہے اب دوبارہ یہی کام کیجیے لیکن اس مرتبہ بھی روشنائی کے بجائے زرد آکرے اور کوہالت کیلے رنگ کا استعمال کریں۔ دیکھیے کہ کالی لائنیں کس طرح رنگوں میں ضم ہو کر معکم ہو جاتی ہیں۔ اب آپ رنگوں سے حلقہ اس ظلم کا استعمال کریں جو دائرہ کے سلسلہ میں حاصل کر چکے ہیں۔ اس اسلکچ کا موازنہ اس اسلکچ سے کیجیے جس میں آکرے اور کوہالت کا اضافہ کرنے سے قبل روشنائی کو سوکھے دیا گیا تھا۔



(8) اس تجربہ میں کوہالت کیلے رنگ استعمال کرتا ہے۔ اس لیے اپنے قلم سے لیے نیلی روشنائی مٹانے کی غرض سے ایک چھوٹی شیشی (ہومیو پیتھن کی گولیوں والی مناسب رہے گی) میں تھوڑا سا کوہالت کیلے رنگ تیار کیجیے۔ اس شیشی پر کارک لگا کر آپ اسے کہیں بھی لے جاسکتے ہیں۔ ٹھیک اسی طرح ایک دوسرا اسلکچ بھی بنائیے مگر اس مرتبہ اس میں کیلے خطوط سے کام لے کر اس میں زرد آکرے (Yellow Ochre Wash) بھر دیں۔



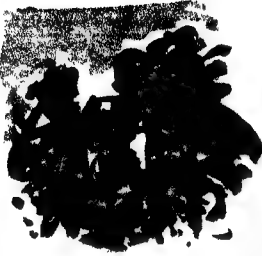
(9) اب دونوں رنگوں کو الٹ دیں۔ اس میں تیز زرد آکرے رنگ سے لائنیں اور مدھم کوہالت کیلے (Paler Cobalt Blue) کو دھون کے طور پر استعمال کیجیے۔ اب آپ کی سمجھ میں آیا کہ جب آپ کے پاس رنگوں کی ایک لمبی چوڑی رینج (Range) موجود ہو تو آپ کے سامنے کتنی وسعت پیدا ہو جاتی ہے (یعنی جب آپ تمام ممکنہ شدت والے رنگوں اور رنگوں کے دھونوں کو بروئے کار لاتے ہیں)؟ یہ بات اس وقت اور بھی اچانک ہو کر سامنے آتی ہے جب لائنوں اور اسٹیپوں کے لیے مختلف رنگوں کو بروئے کار لایا جاتا ہے۔



(10) میں یہاں یہ بتا چلوں کہ ان دونوں رنگوں کا لائن اس وقت ایک کارآمد طریقہ قرار دیا جائے گا جب آپ کے پاس ان دھوئوں (Washes) کے پھیرنے کا وقت نہ ہو۔ ہم تاریک حصوں کو نمایاں کرنے کے لیے کافی بڑے حصوں میں قلم کے رنگ بھر سکتے ہیں۔



(11) رنگوں کے پورے رینج (Range) کے حصول سے پیدا ہونے والے جوش سے قبل، آئیے ایک اسکیچ اور بنائیں۔ اسکیچ بنانے کے لیے سیاہ روشنائی، کوہاٹ اور آکرے کا استعمال کریں۔ کبھی کبھی آخری دونوں رنگوں کو ملا کر رنگ کی نئی قسم بھی حاصل کر سکتے ہیں۔



(12) یہاں میں یہ اطلاع دیتا چلوں کہ ہم کتے کے مضبوط کھڑے یا آپ کے کاغذ سے تھوڑا بڑا تھری پلائی کٹری کے کھڑے اور اس پر کاغذ تھانے کے لیے بڑے ربر بینڈ (Rubber Bands) سے کام کی شروعات کر سکتے ہیں۔ آپ کاغذ کے بہت سے صفحات کو اوپر نیچے رکھ کر بھی اس قسم کا پیڈ بنا سکتے ہیں۔



رنگ (Colour)

رنگ کا کردار (Role of Colour)

رنگ منکس کرتی ہیں یا جزوی طور پر رنگ جذب کرتی ہیں۔ قدرتی ماحول میں پائے جانے والے معادن رنگ یا تو یکے ہوتے ہیں یا یکے کے لیے ”نہایت گرم یا نہایت خفہ“ (لفظ) کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ اسی طرح رنگوں کے لیے ”نہایت گرم یا نہایت خفہ“ (لفظ) کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ اسی طرح کلاسیک (Colour Scheme) میں غالب یا ذیلی رنگوں کا انتخاب کیا جاتا ہے۔

چونکہ ایک رنگ دوسرے رنگوں کی مناسبت سے ہی واقع ہوتا ہے اور کیونکہ اس کی شدت کو اس کے پڑوسی رنگ مستقل طور پر ہلکا کرتے رہتے ہیں۔ اس لیے ہر ایک رنگ کی صرف ایک محدود اور منتخب ہم آہنگیوں (Chosen Tones) کو ہی مناسب طور پر کنٹرول کیا جاسکتا ہے۔ اس لیے متبادلات (Alternatives) میں سے ایک فیصلہ کن انتخاب کیا جاتا ہے۔ ہم صرف اسی رنگ کو پہچان سکتے ہیں جس میں کچھ معنویت موجود ہو اور جو رنگ کے بارے میں ہمارے گزشتہ مجموعی تجربے کا نچوڑ ہو۔ تفسیر تبدیل کے ذریعہ ہم ایک ہی نگارہ میں اس رنگ کو (جس کے بارے میں ہمارے خیال ہوتا ہے کہ ہم نے واقعی وہی رنگ دیکھا ہے) ایک دوسرے میں ضم کر دیتے ہیں جو محل تصویر کو معنویت بخشنے کے لیے درکار ہوتا ہے۔ لیکن ہم انتخاب کسی بھی طرح سے کیوں نہ کریں بہر حال اس کا جزوی مطلب وہی نکلتا ہے جیسا کہ اس طرح کی اسیم سے پہلے بھی نکل چکا ہے اور جس کی عکاسی کرنے کے لیے ہم پہلے بھی ان رنگوں کو استعمال کر چکے ہیں۔ ہم تین وینلوں سے رنگ اخذ کرتے ہیں:

(1) رنگوں (Pigments) سے،

(2) مشاہدہ (Observation) سے اور

(3) آرٹ (Art) سے۔

ہم جن رنگوں کو دیکھتے ہیں وہ ان طول ہائے امواج (Wave Lengths) پر مشتمل ہوتے ہیں جنہیں انسانی آنکھ محسوس کر سکتی ہے۔ مختلف رنگوں کے احساسات بھی مختلف ہوتے ہیں کیونکہ مختلف رنگوں کے طول ہائے موج (لہر) میں فرق ہوتا ہے اور یہ کہ روشنی کی امواج آواز کی

انسانی زندگی میں رنگ بہت اہم کردار ادا کرتا ہے۔ ہم سبھی قدرتی ماحول اور لوگوں کی بنائی ہوئی چیزوں کے درمیان زندگی گزارتے ہیں۔ یہ چیزیں کسی نہ کسی رنگ کی ضرور ہوتی ہیں۔ اب کیونکہ ان رنگین چیزوں سے ہمارا واسطہ مسلسل پڑتا رہتا ہے اس لیے ہم ان کی طرف اس وقت تک بھرپور توجہ نہیں دیتے جب تک کوئی رنگ ہماری آنکھوں کے سامنے چمک کر تھوڑی دیر کے لیے ہمارا حسیان ان عوامل یا اس واقعہ کی جانب مبذول نہ کرادے۔ دھوپ پھولوں کی طرح ہم اپنی روزمرہ کی زندگی میں رنگ بھی قدرتی طور پر قبول کرتے آ رہے ہیں۔

انسان رنگوں سے اس وقت سے واقف ہے جب سے اس نے ان کی جانب توجہ دینا اور اپنے احساسات اور خیالات کا اظہار کرنا شروع کیا ہے۔ رنگ حواس پر بلا واسطہ طور پر اثر انداز ہوتا ہے اور احساسات اور خیالات کے اظہار میں مدد دیتا ہے۔ اس طرح ان کی موجودگی سے ماحول زیادہ پر مسرت اور خوشگوار بن جاتا ہے اور ایک وجدانی کیفیت پیدا ہو جاتی ہے۔

رنگ (Colour)

جب روشنی کی شعاعیں رنگوں میں ٹوٹ کر آنکھوں میں داخل ہوتی ہیں تو رنگوں کا احساس پیدا کرتی ہیں۔ روشنی رنگ کا وسیلہ ہے۔ روشنی کی عدم موجودگی کا مطلب ہے رنگوں سے بے خبری۔ سفید روشنی تمام قدرتی رنگوں کا آمیزہ (Mixture) ہوتی ہے۔ کسی بھی شے کا رنگ دراصل اس سے ٹکرائے ہوئے روشنی ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر جب کوئی شے نیلی نظر آتی ہے تو اس کا مطلب یہ ہوتا ہے کہ اس شے نے صرف نیلے رنگ کو ہی منکس کیا ہے اور روشنی کے باقی تمام رنگوں کو اپنے اندر جذب کر لیا ہے۔ اگر کوئی سطح تمام رنگوں کو مساوی طور پر منکس کرتی ہو تو وہ سفید ہمیں سفید نظر آئے گی اس کے برعکس جب کوئی سطح تمام رنگوں کو مساوی طور پر جذب کر لیتی ہے تو وہ سیاہ نظر آتی ہے۔ مگر قدرتی ماحول میں شاید ہی کوئی شے مکمل طور پر سفید ہو کیونکہ قدرتی ماحول میں چیزیں یا تو جزوی طور پر

کے ذریعہ کنٹرول کیا جاتا ہے اور عمومی رنگوں کے احساس کو کونس کے ذریعہ کنٹرول کیا جاتا ہے۔

اس ضمن میں کچھ دیگر نظریات بھی موجود ہیں۔ مثلاً یہ کہ انسانی آنکھ خصوصی رنگین اعصاب کے تین سیٹس (Three Sets) سے ایس ہوتی ہے اور ہر ایک عصب بنیادی رنگوں — لال، زرد اور نیلے — میں سے کسی ایک کے تین زود حس یا رد عمل کی صلاحیت رکھنے والا ہوتا ہے۔ اگر یہ سرنگی اعصاب بیک وقت عمل پیرا ہوں تو اس کے نتیجہ میں سفید رنگ کا احساس پیدا ہوتا ہے۔ زیادہ تر آتش اور پتھر حضرات عملی مقاصد کے لیے اس نظریہ کو تسلیم کرتے ہیں۔ تمام پینٹ سنگس (Paint Mixing) اور کثیر رنگی (Multi Colour) چھپائی کام انھیں ابتدائی رنگوں کے انتخاب پر منحصر ہوتا ہے۔

ابتدائی بنیادی رنگ (Primary Colours)

زرد، لال اور نیلا — تینوں رنگ بنیادی رنگ کہلاتے ہیں اور انھیں بنیادی اس لیے کہتے ہیں کہ انھیں دیگر رنگوں کی آمیزش سے حاصل نہیں کیا جاسکتا۔ انھیں حاصل کرنے کے لیے مٹی، معدنیات، نباتی یا حیوانی مادوں کو جیس کر نہایت ہارک ذرات کی شکل میں ملایا جاتا ہے۔ لہذا اس سیال کی شکل میں ان کا وہی قدرتی رنگ حاصل ہوتا ہے جس میں انھیں ملایا گیا ہے۔

ثانوی رنگ (Secondary Colours)

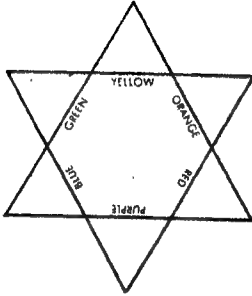
ہرے، نارنجی اور دودے یا بیٹینی رنگ — ثانوی رنگ کہلاتے ہیں۔ انھیں حاصل کرنے کے لیے دو بنیادی رنگوں کو آپس میں ملا لیا جاتا ہے۔ اس طرح نیلے اور زرد رنگ کو ملانے پر ہرا رنگ حاصل ہوتا ہے۔ لال اور زرد سے نارنجی رنگ اور لال اور نیلا رنگ سے دودے یا بیٹینی رنگ حاصل کیا جاسکتا ہے۔

اسواج کے مقابلہ نہایت سرعت سے سز کرتی ہیں۔ انسانی آنکھ کو رنگ محسوس کرنے کی محاکش صرف محدود طول ہائے موج تک ہی محدود ہوتی ہے اور یہ پورے طیف (Spectrum) کے ایک چھوٹے حصہ کو ہی محسوس کر سکتی ہے۔ بشقی، آسانی، نیلے، ہرے، زرد، نارنجی اور لال رنگوں یعنی طیف کے رنگوں کو طوائس تو سفید روشنی (مجموع کا رنگ) وجود میں آ جاتی ہے۔ اس سلسلہ میں قدرت نے تو قوس قزح (Rainbow) کی عجیب و غریب اور منفرد مثال کے ذریعہ ہمیں روشنی کا انتشار (Dispersion of Light) ہوئے ہوئے دکھایا ہے۔ ہوا میں موجود بارش کے قطرے نئے نئے مظہر (Prism) بن جاتے ہیں اور سفید روشنی کو اس کے عناصر رنگوں میں توڑ ڈالتے ہیں۔

ہمیں رنگوں کا احساس کس طرح ہوتا ہے اس کا ابھی تک کوئی واضح روشانی جواب نہیں مل سکا ہے۔ ماہرین عضویات (Physiologists) لال، ہرے، نیلے، اور زرد رنگ کو بنیادی رنگ مانتے ہیں۔ انسانی آنکھ ان چاروں رنگوں کا احساس جفتوں (Pairs) میں کر سکتی ہے۔ آنکھ کے ایک حصہ میں اعصاب کا ایک سیٹ تو لال اور ہرے رنگ کو اپنے اصلی رنگ میں دیکھ سکتا ہے جبکہ آنکھ کے دوسرے حصہ میں موجود اعصابی سیٹ اور زرد رنگ کو محسوس کر سکتا ہے۔ ان دونوں اعصاب کے اشتراک سے ملے جلے رنگوں کو دیکھا جاسکتا ہے۔ اگر آپ چند سیکنڈوں تک لال رنگ پر نگاہ گاڑے رہیں اور پھر کسی سفید یا معتدل روشنی والی سطح (Light Neutral Surface) کا چاہدہ دیکھیں تو آپ کو نیلا، ہرا اور کچھ نظر آنے گا اور اسی طرح اس کا برعکس بھی رد نہما ہو سکتا ہے۔ اسی طرح گلابوں کے سامنے معاون رنگوں (Complimentary Colours) کی ایک پس ہیمہ (After Image) بن جاتی ہے اور یہ رنگ ایک بھری عصب (Optic Nerve) کے ذریعہ نظر آتے رہتے ہیں۔ یہ بھری اعضاء یعنی انسانی دماغ (Retina) میں موجود راولس (Rods) اور کونس (Cones) آپس میں اشتراک کر کے رنگوں کے آمیزش کا احساس کراتے ہیں۔ سیاہ اور سفید رنگوں کے احساس کو راولس

کمرائیکم حاصل کرنے کے طریقے

(Methods of Obtaining Colour Schemes)



کمرائیکم مندرجہ ذیل طریقوں سے حاصل کی جاسکتی ہے:

(1) بے لونی رہے رنگ (Achromatic): اس کمرائیکم میں صرف سیاہ اور سفید رنگوں کا ہی استعمال ہوتا ہے۔

(2) یک لونی رہے رنگ (Mono-chromatic): اس میں رنگوں کی مختلف قدریں (Values) — ایک ہی رنگ کی شدت یا ٹون (Tone) — بروے کار لائی جاتی ہے جیسے مثال کے طور پر ہلکا نیلا رنگ، درمیانہ نیلا رنگ، گہرا نیلا رنگ۔ اسی طرح دیگر کسی اور رنگ کا معاملہ بھی ہو سکتا ہے جسے تدریجی تغیرات میں قطعاً (Conservative) کمرائیکم تیار کرنے کے لیے استعمال کیا گیا ہو۔

(3) مختلف کمرائیکم کی اعلیٰ یا نعلی (High or Low Key Colour Schemes) یہ نکل یا گہری قدروں — ٹون والے رنگوں پر مبنی حاصل کردہ کمرائیکم ہوتی ہے۔

(4) کثیر لونی رہے رنگ (Poly-chromatic): مناسب فضا حاصل کرنے کے لیے مطلوبہ اور نکی رنگوں کو استعمال کر کے اسے تیار کیا جاتا ہے۔

(5) مماثل یا متعلقہ (Analogous or Related Harmony): یہ ان رنگوں پر مبنی ہوتی ہے جو کمر و میل (Colour Wheel) پر ملحقہ (Adjacent) ہوتے ہیں اور ایک ہی بنیادی رنگ کے خاندان سے تعلق رکھتے ہیں۔ یا پھر جہاں تمام استعمال شدہ رنگوں میں ایک رنگ مشترک ہوتا ہے جیسے زرد، نارنجی یا لال۔

(6) کاپلی میٹری (Complimentary): اسے دو ایسے رنگوں کی آمیزش سے بنایا جاتا ہے یا حاصل کیا جاتا ہے جو کمر و میل پر بلا واسطہ طور پر ایک دوسرے کے مخالف ہوتے ہیں۔ جیسے لال اور ہر، یا ہر اور کاپلی میٹری کیساں قدر اور کروا (Chroma) اس کے دو مختلف بھی پیدا ہو جاسکتے ہیں۔

(7) ایڈجسٹ کاپلی میٹری (Adjacent Complimentary): کمرائیکم میں اسے حاصل کرنے کے لیے تین رنگ استعمال کیے جاتے ہیں۔ ان

میں سے ایک رنگ تو کاپلی میٹری جوڑے کے ہوتے ہیں اور تیسرا رنگ اس جوڑے کے کسی ایک ممبر کے داہنی اور بائیں جانب واقع کوئی رنگ جیسے لال، ہر یا نیلا ہوتا ہے۔

(8) اسپلٹ کاپلی میٹری (Split Complimentary): کمرائیکم میں یہ رنگ اس طرح حاصل کیا جاتا ہے کہ دو بے رنگ کو ایسے دو رنگوں کے ساتھ ملا یا جاتا ہے کہ جیسے کاپلی میٹری کے دونوں طرف واقع ہوتے ہیں مثلاً زرد کو لال، نیلے یا نیلے نیلے ماسک۔

(9) ڈبل کاپلی میٹری (Double Complimentary): یہ ایک ہی ڈیزائن میں کاپلی میٹری رنگوں کے دو سیٹوں کے استعمال پر مبنی ہوتا ہے۔ جیسے لال، ہر اور زرد اور نیلے یا نیلے اور لال۔

(10) ٹرائیڈ (Triad): کمرائیکم میں یہ تین ایسے کسی بھی طرح کے رنگوں کو ملا کر حاصل کیا جاتا ہے جو کمر و میل (Colour Wheel) پر ایسے تینوں پر واقع ہوں جن سے تصوراتی طور پر کسی بھی سمت میں مساوی منسلک شدت (Equilateral Triangle) بن جاتا ہو جیسے ہر، زرد، لال اور اودا نیلا (Purple-blue)۔

- (6) تاریخی پس منظر پر سیاہ رنگ یا اس کے برعکس
(7) ہرے پس منظر پر سرخ رنگ یا اس کے برعکس
(8) اورے پس منظر پر زرد رنگ یا اس کے برعکس
(9) نیلے پس منظر پر نارنجی رنگ یا اس کے برعکس

تحقیق کے مطابق زرد رنگ کی رویت سب سے زیادہ ہوتی ہے کیونکہ یہ آنکھ میں رہیگا کی سطح پر عمودی طور پر مرکب ہوتا ہے۔ جبکہ دیگر رنگوں کو مرکب کرنے کے لیے آنکھ کو ہم آہنگیاں (Adjustment) کرنی پڑتی ہیں۔ اسی طرح حلیف کے لال سرے کی طرف واقع رنگوں کی رویت عمدہ اور نیلے سرے کی جانب واقع رنگوں کی رویت کم ہوتی ہے۔ عمومی طور پر خالص رنگ اپنے شہدوں (Shades) کے مقابلہ زیادہ نظر آنے والے ہوتے ہیں اور چمکدار رنگوں سے طویل فاصلہ پائی رویت پیدا کرنے میں مدد ملتی ہے۔ جب رنگوں کو ان کے کاہلی سنہری (Complimentary) کے پہلو پہ پہلو رکھا جاتا ہے تو رویت بڑھ جاتی ہے۔

شدت اور مخفی کا اعتبار کرنے والے رنگ

(Advancing and Receding Colours)

شدت کا اعتبار کرنے والے رنگوں جیسے زرد، نارنجی اور سرخ سے نفسیاتی طور پر ایسے جذبات کا اعتبار ہوتا ہے جن سے گرم جوش اور جوش و خروش جھلک اٹھائی دیتا ہے۔ اس کے برعکس ہرے، نیلے اور بیگنی رنگوں سے سرد مہر کی اور سکون و خاموشی کے احساسات پیدا ہوتے ہیں۔ اس طرح ان دونوں سمتوں میں سے کسی ایک سمت میں رجحان کی بنا پر ہی رنگوں کو ”سرد“ یا ”گرم“ سے تشبیہ دی جاتی ہے۔

رنگ کے جذباتی اثرات (Emotional Effects of Colour)

نفسیاتی طور پر ہر ایک مختلف قسم کا رنگ ہم پر ایک خاص جذباتی اثر مرتب کرتا ہے۔ رنگ ہمارے ذہن و جسم پر خوش گوار، ناگوار، مطمئن، بخش، گرم و سرد، پر شوخ و افسردہ خورش کی بھی قسم کا اثر مرتب کر سکتا ہے۔ زرد، تاریخی یا سرخ جیسے گرم رنگ ناظرین (Spectators) کی جانب پیش قدمی

ہم آہنگ یا مونو کرومٹک رنگوں کے اتحاد (Harmonious or Mono-Chromatic Colour Combination) کا حصول نسبتاً آسان رہتا ہے مگر اسے کوئی پر جوش یا تحریک آمیز (Stimulating) رنگ قرار نہیں دیا جاسکتا جبکہ کسی زبان میں کاہلی سنہری رنگوں کے استعمال سے براہینت یا پر جوش رنگ پیدا کیا جاسکتا ہے۔ اور ان کی جانب توجہ مبذول کرائی جاسکتی ہے۔ بشرطیکہ دونوں کاہلی سنہری رنگوں میں کسی قسم کا اختلاف یا پھری دباؤ (Optical Tension) موجود نہ ہو۔

رنگوں کے اختلاف یا بھان آمیز جوش (Irritating Excitement) سے بچنے کے بہت سے طریقے ہیں۔ کاہلی سنہری رنگوں کو ایک دوسرے سے بچانے کا ایک طریقہ یہ ہو سکتا ہے کہ رنگ دار سطحوں کے غیر متعین فاصلے (Neutral Spaces) اتنے زیادہ وسیع ہوں کہ رنگ مناسب طور پر ایک دوسرے سے علیحدہ نظر آئیں۔

رویت کی قدریں (The Visibility Values)

دو رنگی اتحاد کی اضافی رویت (Relative Visibility of Two Colour Combination) کے سلسلہ میں ذیل میں رہنمائی کی گئی ہے۔ لیکن اس طرح کے رویتیاتیاتیوں یا صاف طور پر سمجھ میں آجانے سے متعلقہ تیاتیوں کو سائنسی تیاتی قرار نہیں دیے جاسکتے کیونکہ ان تیاتیوں سے متعلق رنگوں کا رد (Chroma) یا کسی خاص قدر کا لازمی طور پر اعتبار نہیں ہوتا یا اس بات کا بھی پتہ نہیں چلنا کہ ہر ایک کے تحت کتنا رقبہ آئے گا یا یہ کہ روشنی کی نوعیت (Nature of Light) یا فضا اس رنگ کے تحت دکھائی جائے گی۔ واضح طور پر سمجھ میں آجانے کی سب سے اہم بات ”قدر دروں میں فرق نظر آتا“ (Contrast in Values) ہے:

- (1) زرد پس منظر پر کالا رنگ یا اس کے برعکس
- (2) سفید پس منظر پر سیاہ رنگ یا اس کے برعکس
- (3) سفید پس منظر پر نیلا رنگ یا اس کے برعکس
- (4) ہرے پس منظر پر سفید رنگ یا اس کے برعکس
- (5) سفید پس منظر پر سرخ رنگ یا اس کے برعکس

نیل (Blue)

سرد مہری، شہانہ انداز، سچائی، خوشی، تسکین، رات، آسمان،
فاصلہ، استقامت، مردوں میں مقبول، ناامیدی، انفرادی، ذہنی طال، اداسی،
اداس، موسیقی جو رنج و ملال کے موقعوں پر بجایا جائے یعنی بیومرڈ۔
(Blue Murder) ۔

ہرا (Green)

سرد مہری، تفریح، تقدیل، خفاقی، سرگوشی، بہار، گرمی کی
ہرپالی، زرخیزی، بہار کی آمد، بہتات، حسد، کمزوری۔

نارنجی (Orange)

حرک، گرم جوشی، شعلہ، لیپ، آگ، غزب، علم۔

گلابی (Pink)

صحت، خوشی، نزاکت اور لطافت کا اظہار، زائد رنگ۔

لکڑی یا لورا (Violet or Purple)

انفرادی کا اظہار کرنے والا، سرد مہری، شہانہ انداز، اقتدار، احترام،
وقار، سچائی، جذبات اور محبت کا حامل، محبت آمیز اور پارسا لوگوں کی، انجمن،
معرفت الہی، موت۔

سیاہ (Black)

انفرادی، غم، تاریکی، ماتی، برائی، حسن و جمال اور خلف کا اظہار
ہو تا ہے۔

سفید (White)

امن، وقار، پاکیزگی، صفائی، تقدیل، سرگوشی۔

خاکستری (Grey Colours)

طیعدی، خجائی، آرام، خاموشی، غم، صوفیانہ۔

کرتے ہوئے دکھائی دیتے ہیں اور ایسے ان سے دوستانہ، زندہ دلانہ، محرکات
اور پرجوش قسم کے جذبات کا اظہار ہو تا ہے۔ یہ حقیقت ہے کہ رنگ
دعوب، گرمی، غزب، شہوت، آگ، فیرہ سے وابستہ ہوتے ہیں۔ جبکہ اس
کے برعکس نیلے اور ہرے جیسے ٹھنڈے رنگوں سے ایسا محسوس ہو تا ہے جیسے
وہ پس منظر میں بند رنج دور ہوتے چلے جا رہے ہوں اور ایسی سبب ان سے
سکون، لطافت اور تسلی کا اظہار ہو تا ہے۔ یہ رنگ آسمان، برف، سرد
جائزے، پمپ جانیس، بہار، وقار اور خلف سے وابستہ ہوتے ہیں۔

ظاہر ہر ایک رنگ ذہن و جسم پر مخصوص جذبات یا محرکاتی اثر مرتب
کرتا ہے نیز ایک ایسی زبردست اور علامتی طاقت ہے جو رواجی طور پر دل و
دماغ کو ایک خاص کیفیت میں جتا کرتا آیا ہے۔ رنگوں کے اشارات و رموز
(Symbolism) کے تعلقات کو حالانکہ ذیل میں بتایا گیا ہے تاہم ان کی
شرکت (Associations) یا ان کے طمانی مطالب (Symbolic
Meanings) مختلف ملکوں کی روایات یا موسمی تقریرات کے مطابق اکثر بدل
گئی جاتے ہیں۔ مزید یہ کہ اس بات کا تعلق خاص طور پر اس چیز سے بھی ہو تا
ہے کہ رنگ کہاں استعمال کیا گیا ہے اور اگر دیکھ کے ماحول اور دیگر رنگوں کی
مناسبت سے اسے کس انداز میں استعمال کیا گیا ہے۔

لال (Red)

جوش و خروش، خوشی کی تقریب، انقلاب، حب الوطنی، جنگ،
خطرہ، نفرت، فساد، محبت، جذبات، طاقت، طوائف الملوی، شدت،
چارمیت، حرارت، آگ، مختصر یہ کہ تمام شدید قسم کے جذبات کا اظہار اس
رنگ سے ہو تا ہے۔

زرد (Yellow)

شادمان (Cheerful) 'خاتر (Elating) 'رنگ رلیاں (Gaiety)
بہجائی، دعوب، گرمائی کے بغیر تپاک، روشنی، نور، رجائیت کا پر نور ماحول،
دانشندی۔

یہاں پہلے مہر کے سامنے اگر کسی بھی رنگ کو دیکھیں تو وہ مقدی رنگ (Local Colour) یا اصل رنگ (Original Colour) سے زیادہ ہنسکے دار دکھائی دینے لگتا ہے۔ اسی رنگ کو اگر مفید پس مہر کے سامنے دیکھیں تو یہ کم کیر شدہ (Less Saturated) دکھائی دیتا ہے۔ ایسا محسوس ہوتا ہے جیسے مفید رنگ مرنے کی طور پر شامل ہو گیا ہو اور جس کی وجہ سے اس (استعمال شدہ) رنگ کی شدت زیادہ ہو گئی ہو۔ پڑی ہو۔ یہ اثر اس اثر کے ٹھیک برعکس ہوتا ہے جو مخالف پس مناظر کے سامنے انھوں کے دیکھنے سے مرتب ہوتا ہے۔

جب دو یا دو سے زیادہ رنگ بیک وقت یعنی ایک ہی وقت میں دیکھے جاتے ہیں تو رنگوں میں کچھ تبدیلی واقع ہو جاتی ہے۔ اسے ہی بیک وقت اختلاف کہتے ہیں۔ اس پر رنگ اور شدت (Hue and Tone) کی تبدیلی کا تسلط قائم رہتا ہے۔

جب واپس دوسرے زیادہ رنگ ایک دوسرے سے نزدیک رکھے جاتے ہیں تو ان میں اپنے کا پہلی منتر کی (Complimentary) رنگ کی ہلکی سی جھلک دکھائی دینے لگتی ہے۔ اس طرح اگر لال پس منظر میں ایک نیلے رنگ کی پٹی چھپائی جائے تو وہ مجسمہ ہر اس رنگ اختیار کر لے گی کیونکہ ہر رنگ لال کا پہلی منتر کی رنگ ہو گا ہے اور کیونکہ نیلے رنگ کا پہلی منتر کی نارنجی ہوتا ہے اس لیے لال میں نارنجی رنگ کی جھلک دکھائی دے گی۔

جب ہلکا رنگ گہرے رنگ سے قریب رکھا جاتا ہے تو ہلکا رنگ دور
ہلکا اور گہرا رنگ مزید گہرا دکھائی دینے لگتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر خاکستری
رنگ کی پٹی کسی کالے رنگ کے پس منظر پر بنائی جائے تو وہ بالآخر مزید بھی
ہو جائے گی جبکہ کالا رنگ مزید گہرا دکھائی دینے لگے گا۔

جب کوئی کمزور کروما والا رنگ پادھندلا رنگ کسی زیادہ طاقتور

فاصلوں کا ظاہری تناسب (Perspective)

فاصلوں کے ظاہری تناسب کے ابتدائی اصول

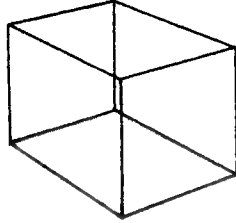
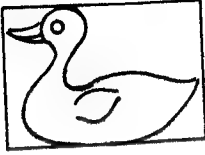
(Elementary Rule of Perspective)

ڈرائنگ کو قابل یقین بنانے کے لیے فاصلوں کے ظاہری تناسب کے ابتدائی اصولوں (Elementary Rules of Perspective) پر عمل کیا جانا چاہیے۔ زیادہ حقیقی اسٹائل اختیار کرنے کے خواہش مند آرٹسٹوں کو ذیل میں درج مختصر طریقوں کے بجائے۔ فاصلوں کے ظاہری تناسب کے بارے میں کہیں زیادہ علم حاصل کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔ گھیس، سڑکوں، عمارتوں، لینڈ اسکیپس (Land Scapes) پر مبنی اور گھر کے اندر کے پس منظر کی ڈرائنگ تیار کرتے وقت، تناظر سے متعلقہ ابتدائی اصولوں کی سمجھ بوجھ بہت کام آتی ہے۔

چند محاطات میں آگراشیا کی صحیح تصاویر بنائی جائیں تو ان کے نسبتی سائزوں (Relative Sizes) سے مختلف حرکات اور دلچسپ اور مزاحیہ تصورات کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ کچھ دوسرے محاطات میں جب سائزوں اور تناسبوں (Proportions) کی مبالغہ آرائی (Exaggeration) مطلوب ہوتی ہے تو بھی فاصلوں کے ظاہری تناسب کا علم بڑا کارآمد ثابت ہوتا ہے کیونکہ اسی کی بدولت ”صحیح“ اور ممکنہ مبالغہ پیدا کیا جاسکتا ہے۔

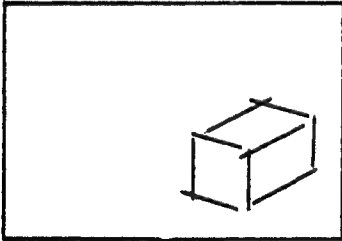
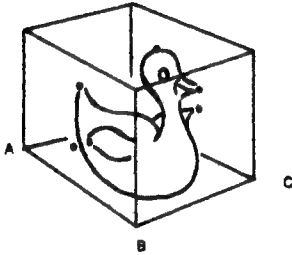
یہاں تاخیری ڈرائنگ کے چند ابتدائی مسائل پیش کیے جا رہے ہیں:

آرٹ جس شے کی بھی تصویر کشی کرتا ہے اس کا تعلق افق (Horizon) اور دیکھنے والے پوائنٹ (Vanishing Point) یا نقطہ انعدام فصل۔ یعنی وہ نقطہ جس پر متوازی خطوط ملتے ہوئے نظر آتے ہیں۔ افقی خط (چاہے کھینچا جائے یا صرف اس کا تصور کیا جائے) بہر حال ہر ایک تصویر کے درمیان سے افقی طور پر ہوتا ہوا گزرتا ہے۔ چاہے تصویر کو کسی بھی مقام سے دیکھیں (سامنے سے، پہلو سے، اوپر سے یا نیچے سے) یہ افق ہر حالت میں آنکھ کی سطح پر ہی موجود رہتا ہے۔ جس مقام سے کوئی آرٹ کسی تصویر کو دیکھتا ہے وہ مقام ”دیکھنے والے پوائنٹ“ (Station Point) کہلاتا ہے۔ ڈرائنگ تیار کرنے کے لیے آرٹ کی فراہم کردہ جگہ پر جو تصوراتی کھڑکی (Imaginary Window) کھلتی ہے اسے ”سطح تصویر“ (Picture Plane) کہتے ہیں۔ تصویر میں موجود کسی بھی شے کے متوازی خطوط کو اگر بڑھاتے چلے جائیں تو یہ (خطوط) افق پر موجود دیکھنے والے پوائنٹ پر مل جاتے ہیں (مگر یہ بات ان خطوط پر صادق نہیں آتی جو سطح تصویر (Picture Plane) کے متوازی ہوتے ہیں)۔

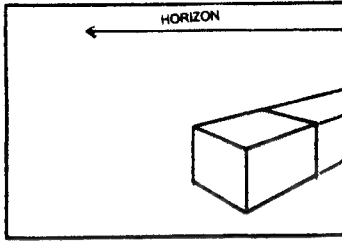


تظاری ڈرائنگ (Perspective Drawing)

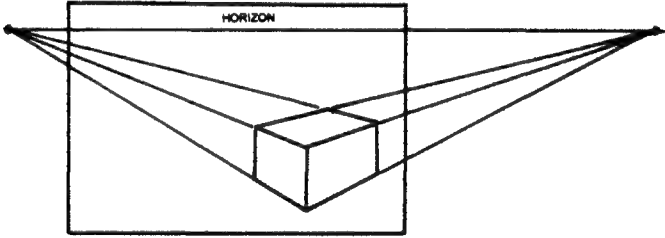
تظاری ڈرائنگ (Perspective Drawing) میں پہلے قدم کے طور پر کسی شے یا تصویر کو بلاک میں رکھنا ہوتا ہے۔ بلاک کے تمام چھ پہلوؤں کو اس موضوع سے چھوئے رہنا چاہیے جسے تظاہر میں بنایا جا رہا ہے۔ بلاک میں فٹ چھٹی ہوئی بلخ کی ڈرائنگ میں تمام نقطہ ہائے تماس (Points of Contact) دکھائے گئے ہیں۔ ملاحظہ کیجیے کہ A, B, C اور D سے دکھایا گیا ہے۔ اصل میں نقطہ D بلخ کے جسم کی موجودگی کے سبب ہماری نگاہوں سے چھپا ہوا ہے۔



اگر تظاہر میں بلاک کی ڈرائنگ بالکل صحیح بنادی جائے تو بلاک میں موجود شے کی ڈرائنگ بھی صحیح بنائی جاسکتی ہے۔ تظاہر میں بلاک کی ڈرائنگ بنانے کے لیے ہاتھوں کی آزادانہ حرکت سے تقریباً اسی مقام پر ڈرائنگ بنانے کی کوشش کیجیے جہاں آپ کو تصویر میں اس کے ظاہر ہونے کی توقع ہے۔ بلاک زمین پر چپا (لہائی کے رخ) چڑا ہوا ہے۔



بلاک کے سرور کے متوالی سرور
کو بڑھاتے چلے جائیں حتیٰ کہ وہ
دھندلیک پوائنٹ (Vanishing Point)
پر مل جائیں۔ اگر یہ
مقام (نقطہ) آپ کی تصویر سے باہر
موجود ہو تو ان بیضی ہوئی لہائیوں کو
دکھانے کے لیے جگہ کا اور اضافہ
کر لیں۔ دھندلیک پوائنٹ تو افقی پر
موجود ہوتا ہے۔ اس نقطہ اور تصویر
سے ہوتا ہوا افقی خط (Horizon
Line) ہے۔



مشق کرنے کے لیے مختلف قسم کے بلاکوں کو مختلف
پوزیشنوں میں زمین پر رکھیے۔ ہر ایک بلاک کے اپنے اپنے دھندلیک پوائنٹ
کے جوڑے اسی ایک افقی پر موجود ہوں گے۔ بلاکوں کے عمودی خطوط
(Perpendicular Lines) ایک دوسرے کو قطع نہیں کرتے۔

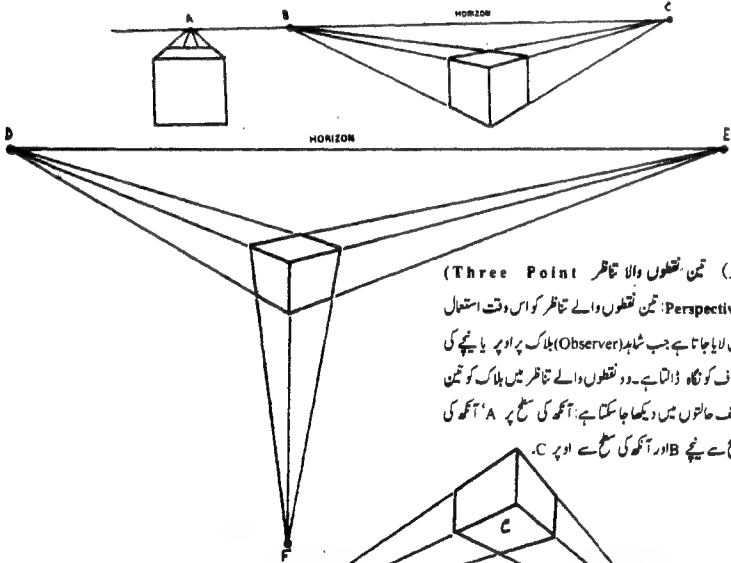
اب بلاک کے سرور کو دوسری جانب بھی بڑھا دیجیے۔ ان خطوط
کو بھی دوسرے دھندلیک پوائنٹ پر مل جانا چاہیے۔۔۔ دھندلیک پوائنٹ کو کافی
دور رکھیں، اس سے نہایت عمدہ شکل وجود میں آتی ہے۔ اپنے فری ہینڈ اسکچ
(Free Hand Sketch) کو صحیح اور درست کر کے اتنا عمدہ بنالیں کہ وہ
تجارتی ڈرائنگ میں ٹیک ٹیک بیٹہ جائے۔

ایک۔ دو اور تین نقطوں والا تناظر

(One, Two and Three-Point Perspective)

(2) دو نقطوں والا تناظر (Two Point Perspective): اس میں بلاک کی ڈرائنگ افقی کی مناسبت سے، ترجمے زاویہ پر رکھی جاتی ہے۔ اس حالت میں بلاک کے دو عمودی پہلو نظر کے سامنے موجود رہتے ہیں۔ اس لیے اس کے ویٹیکل پوائنٹ بھی دو، B اور C ہوتے ہیں۔

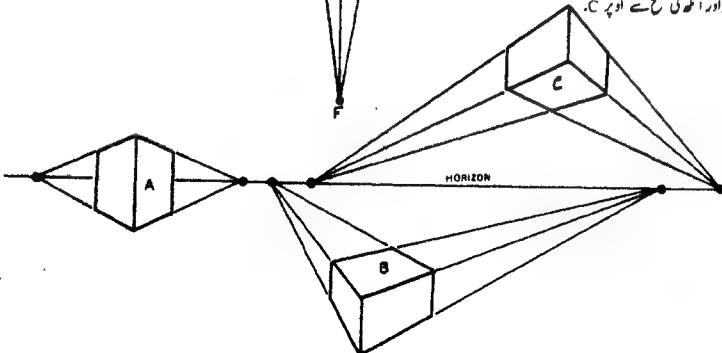
(1) ایک نقطہ والا تناظر (One Point Perspective): ایک نقطہ والے تناظر میں بلاک کا خط قاعدہ (Base line) افقی کے متوازی ہوتا ہے۔ بلاک، خط نظر (Line of vision) کے عمودی (یعنی زاویہ قائمہ بناتا ہوا) رکھا ہوا ہوتا ہے اور اس کا صرف ایک ہی ویٹیکل پوائنٹ A ہوتا ہے۔



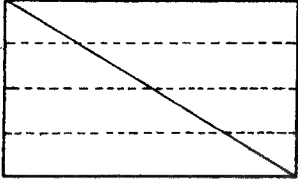
(3) تین نقطوں والا تناظر (Three Point Perspective)

(Perspective): تین نقطوں والے تناظر کو اس وقت استعمال

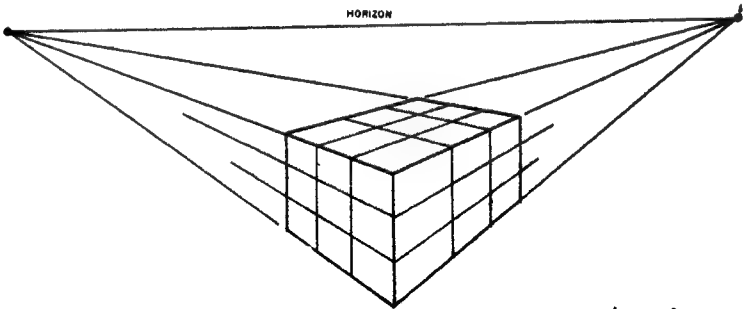
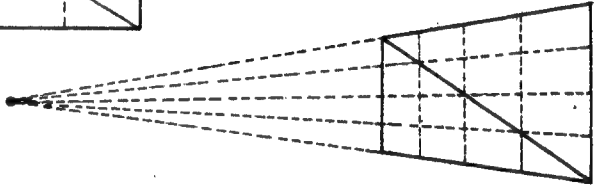
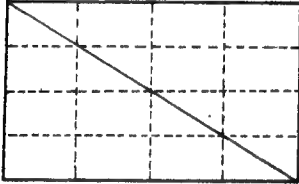
میں لایا جاتا ہے جب شاہد (Observer) بلاک پر اوپر یا نیچے کی طرف کوٹھا ڈالتا ہے۔ دو نقطوں والے تناظر میں بلاک کو تین مختلف حالتوں میں دیکھا جاسکتا ہے: آنکھ کی سطح پر 'A' آنکھ کی سطح سے نیچے 'B' اور آنکھ کی سطح سے اوپر 'C'۔



تاظر میں یکساں فاصلے (Equal Spacing in Perspective)



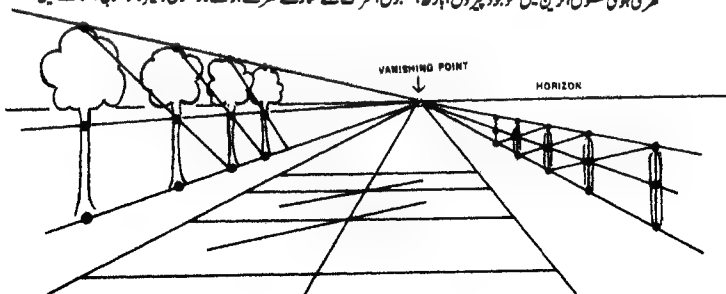
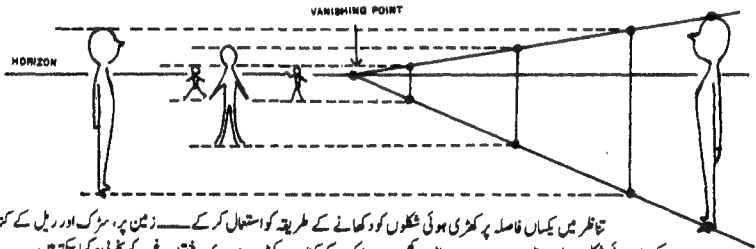
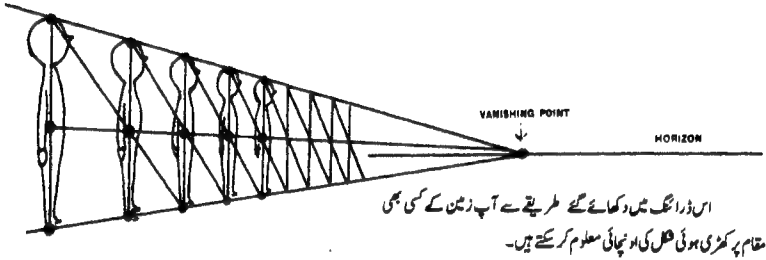
ایک مستطیل کو چار برابر متوازی حصوں میں تقسیم کیجیے۔ ایک دتر (Diagonal) کھینچیے جو ان نقطوں کی نشاندہی کر دے جن سے ہو کر عمودی خطوط گزریں گے اور مستطیل کو عمودی طور پر تقسیم کر دیں گے۔ اس طریقہ کار کو بروئے کار لا کر آپ مندرجہ تاظر میں دکھائے گئے بلاک کے سطح (Side) کو تقسیم کر سکتے ہیں۔



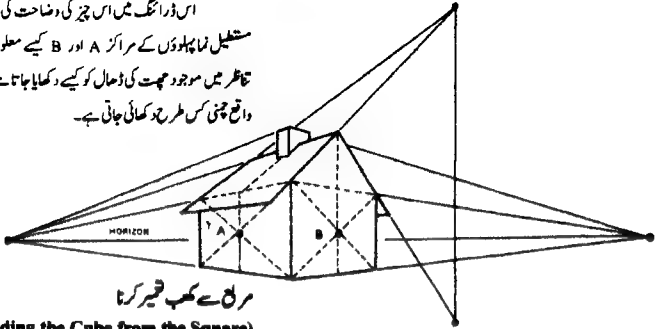
اس ڈرائنگ میں دو نقطوں والے تاظر میں بنائے گئے بلاک کے تمام دکھائی دینے والے سطحوں کو تقسیم کر دیا گیا ہے۔

نقطہ سے ہوتا ہوا دتر زمین پر جس حصہ سے ملتا ہوا دکھائی دے وہ مقام تیسری اصل کو استلادہ کرنے کے مقام کی نشاندہی کر دے گا۔ اسی ترکیب سے کام لیتے ہوئے آپ پوری صف میں جتنی بھی چاہیں اجنبی شکلوں کو کھڑی ہوئی حالت میں دکھاسکتے ہیں۔

تاخر میں یکساں فاصلہ پر موجود اشکال دکھانے کے لیے پہلی دونوں شکلوں کو زمین پر رکھا ہوا دکھائیے۔ پھر ان کے سروں کے چچ کے حصوں اور چروں سے گزرنے والے خطوط کھینچے یہاں تک کہ یہ تینوں خطوط دیکھنیک پوائنٹ پر ملتے کرل جائیں۔ اس دیکھنیک پوائنٹ سے گزرنے والا افق (Horizon) پہلی اصل کے سرے اور دوسری اصل کے چچ کے



اس ڈرائنگ میں اس چیز کی وضاحت کی گئی ہے کہ کسی مکان کے
مستطیل نما پہلوؤں کے مراکز A اور B کیسے معلوم کیے جاتے ہیں اور یہ کہ
تقاطع میں موجود جھت کی ڈھال کو کیسے دکھایا جاتا ہے نیز جھت کے پچس پچ
واقع چنی کس طریقہ دکھائی جاتی ہے۔



مرلے کے کعب تعمیر کرنا

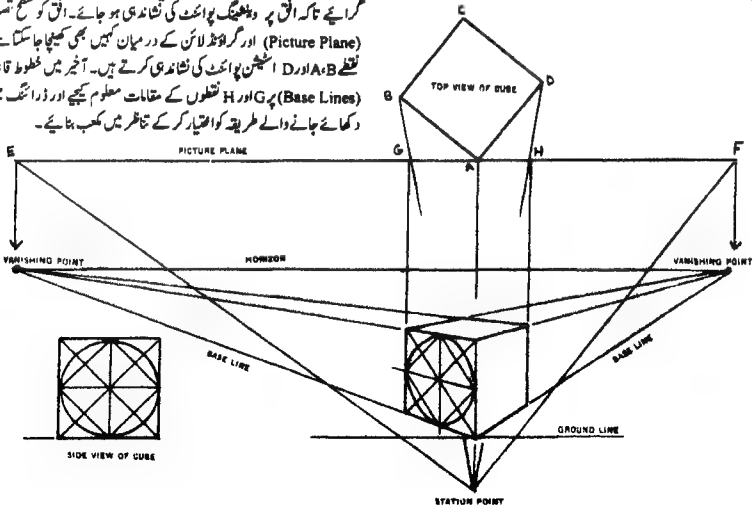
(Building the Cube from the Square)

کسی بھی مضبوط زاویہ پر ایک مربع ABCD اور سطح تصویر
E F (Picture Plane) کیسے۔ A سے اس مقام پر ایک عمود ڈالے جس جہ
سے آپ مشاہدہ کر رہے ہیں یعنی اسٹیشن پوائنٹ A سے عمود ڈالے۔ اسٹیشن
پوائنٹ سے اگر مریل قطع AB اور AD سطحوں کے متوازی دو خطوط کھینچے
جائیں تو E اور F نقطے حاصل ہو جائیں گے۔ اب اسے گروٹ پوائنٹ کے اوپر
ایک گروٹ لائن (Ground Line) کیسے۔ E اور F سے دو عمودی خطوط
گرائے تاکہ افق پر ویلیوٹک پوائنٹ کی نشاندہی ہو جائے۔ افق کو سطح تصویر
(Picture Plane) اور گروٹ لائن کے درمیان کہیں بھی کھینچا جاسکتا ہے۔
نقطے A، B اور D اسٹیشن پوائنٹ کی نشاندہی کرتے ہیں۔ آخر میں خطوط قاعدہ
(Base Lines) پر G اور H نقطوں کے مقامات معلوم کیجئے اور ڈرائنگ میں
دکھائے جانے والے طریقہ کو اختیار کر کے تقاطع میں کعب بنائیے۔

دائرہ سے بیضی شکل کی ڈرائنگ بنانا

(Drawing the Ellipse from the Circle)

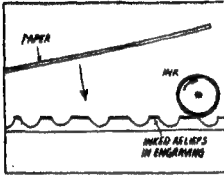
مرلے میں دائرہ نصف بننا جاتا ہے۔ مریل کے سطحوں کو تقسیم کر کے
(اس ڈرائنگ میں کعب کے سطحوں کو تقسیم کر کے دکھائے گئے طریقہ سے
آپ بیضی شکل کی کج ڈرائنگ بنا سکتے ہیں) تقاطع میں دائرہ دکھایا گیا ہے۔



طباعت کے طریقے اور اصول

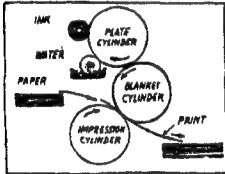
(Printing Process and Principles)

(1) لیٹر پریس — ریلیف (Letterpress — Relief)



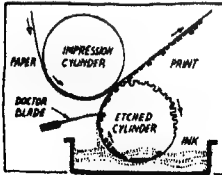
طباعت کرنے والی سطح (Printing Surface) ابھروں اور سطح مرتفع کی مانند یکساں سطح پر ہوتی ہے۔ طباعت نہ کرنے والی سطح کا کام تو اتنا ہے کہ وہ طباعت کرنے والی سطح کو ایک ساتھ جکڑے رہے اور اس کی سطح طباعت کرنے والی سطح سے نیچے ہوتی ہے۔ روشنائی لگانے والے رولر، ریلیف سطحیں (Relief Surface) پر روشنائی کی یکساں پرت پڑھا دیتے ہیں۔ اس کے بعد جب کاغذ پر یکساں دھوا پڑتا ہے تو وہ روشنائی جذب کر لیتا ہے اور اس طرح اس پر چھپائی کے نقش رو جاتے ہیں۔

(2) آفسیٹ — پلانوگرافک (Offset — Planographic)

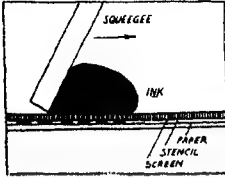


یہ اس اصول پر مبنی ہے کہ تیل اور پانی ایک دوسرے میں نہیں ملتے۔ ہر شے سطح ایک تیل بردار شے ہوتی ہے اور یہ طباعت انجام دینے والے حصہ کی سطح پر ہی واقع ہوتی ہے۔ پانی کے رولر سے تماس میں آنے پر صرف تصویر بردار علاقہ ہی تیل بردار رنگ کی مہین سی پرت جذب کر پاتا ہے۔ یہ روشنائی ایک بر کے کسل (Rubber Blanket) پر منتقل کر دی جاتی ہے یعنی آفسیٹ کر دی جاتی ہے جس پر اگلی شے تشکیل پا جاتی ہے۔ کاغذ اس پرت سے طباعت کے نقش حاصل کر لیتا ہے۔

(3) گروو — کندہ کاری (جو ف) (Gravure — Intaglio (Recess))



طباعت کرنے والی سطح، کندہ کاری کا جو ف حصہ (Recess Part) ہوتا ہے، ریلیف نہیں۔ منگی میں بھری ہوئی پتلی روشنائی ان جو فوں کو بھر دیتی ہے۔ ریلیف سطح پر موجود اضافی روشنائی کو سپرے سروں والے ڈاکٹر بلیڈ (Doctor Blade) سے پانچھ دیا جاتا ہے۔ جب کاغذ اسطوائی سطح کے تماس میں آتا ہے تو جو فوں میں سے روشنائی جذب کر لیتا ہے اور اس پر چھپائی کے نقش شمع ہو جاتے ہیں۔



(4) سلک اسکرین — اسٹینسل (Silk Screen — Stencil)

سلک کے کپڑے کو ایک فریم پر پھیلا کر اور غیر مہیسی رقبہ کو دھندلا بنا کر مہیسی رقبہ کا اسٹینسل تیار کیا جاتا ہے۔ جب اس اسٹینسل پر روشنی ڈال کر اسے دایا (دور دے کر) پھیلا دیا جاتا ہے تو یہ صرف غیر دھندلے علاقے ہی گزرتی ہے اور اسٹینسل کی دوسری طرف رکھے ہوئے کاغذ پر اسٹینسل کے نقش چھپ جاتے ہیں۔

لیٹر پریس پر فلک جاب کا فلو چارٹ

(Flow Chart of a Letterpress Printing Job)

(1) موجودہ کاپی (Existing Copy)

پرنٹ خریدنے والے یا اشتہار دینے والے شخص کے پاس مسودہ اور اس سے مختلف کچھ تصاویر و نقشے وغیرہ ہوتے ہیں۔

آپنے مان لیتے ہیں کہ اسے کوئی کتابچہ (Booklet) چھپوانا ہے۔

بہت کم مصنفین اس بات سے واقف ہوتے ہیں کہ طبعات شدہ کاپیوں کی شکل میں ان کا مسودہ کس ساز کی کتاب میں چھپ جائے گا۔ ٹائپنگ اسٹائل سے اس سلسلہ میں کوئی خاص مدد نہیں مل پاتی۔

بہتر یہ رہتا ہے کہ بنیادی منصوبہ تیار کرنے کے بعد تصویروں / تصنیفات کو ترتیب دے دی جائے۔ تاہم تمام ہی تصویروں کو ترتیب دار نہیں رکھا جاسکتا۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ گزشتہ واقعات کے لیے صرف موجودہ تصویریں / تصنیفات ہی دستیاب ہوتی ہیں۔

(2) بنیادی منصوبہ سازی / نقشہ سازی — ڈی کتاب تیار کرنا

(Basic Layout — Dummy)

کتاب کے سائز (Format)، پر فلک پر دیکس (Printing Process)، بنیادی کام کی تعلیم و تربیت، جلد سازی وغیرہ کا فیصلہ، گراؤنگ ڈیزائنز کے ذریعہ تیار کردہ نقلی کتاب (Dummy) تیار کرنے کی بنا پر کیا جاتا ہے۔ ڈی سے پریس مالکان کو لائسنس دریافت کرنے اور اس بات کا اندازہ لگانے میں مدد مل جاتی ہے کہ چھاپائی کس کتابت لگ جائے گا۔

ڈیزائنز بہت سی باتوں کو ذہن میں رکھتا ہے جیسے شکل و صورت، احساس (Feel)، موقع (Occasion)، دستور (Tradition)، کاپیوں کی

تعداد، تصاویر کا سائز، جدول کی شکل میں پیش کردہ مواد، طبعات اور ڈیزائن کاری کے لیے درکار وقت، اخراجات وغیرہ۔

اگر بنیادی باتوں یعنی سائز، کاغذ، بنیادی نقش سازی، مطبعی طریقہ وغیرہ میں بعد میں ذرا سی بھی تبدیلی واقع ہو جائے تو نہ صرف یہ کہ کتاب کی فراہمی میں دیر ہو جائے گی بلکہ اس پر آنے والی لاگت میں بھی اضافہ ہو جائے گا۔

(3) قیمت / لاگت (Quotations)

ڈی کی فراہم کردہ تصنیفات کی بنا پر، پرنٹ کا خریدار / لاگت کا تخمینہ طلب کرتا ہے۔ اسی دوران ڈیزائنر مختلف ایکسیوں، اسٹوڈیوں یا آرٹسٹوں اور فنون گرافروں کو مطلوبہ تصنیفات، لائن ڈرائنگوں، وینٹولن (Paintings)، فنون گرافس وغیرہ کا آرڈر دیتا ہے۔

تصنیفات اس قسم کے الفاظ سے تحریر کی جائے کہ پرنٹر کی سمجھ میں یہ باتیں بخوبی آجائیں کہ کام مکمل کرنے کے لیے کون کون سی تراکیب بروئے کار لائی جائیں گی۔ اگر ایسا نہ ہوا تو پھر تیار کیا فراہم کردہ قیمتوں میں حفاظتی پہلو (Safety Margin) بھی مد نظر رکھے گا۔

مختب کاغذ پر تصاویر کی پائیش، ہینک، دک، طبعی طریقے کے متوقع نتائج کے حساب ہوئی جائے۔

(4) کاپی اور آرٹ کی تیاری (Copy and Art Preparation)

پرنٹ خریدار مسودہ کو ڈیزائن کے ٹائپ سٹیک اسٹائل میں ٹائپ کراتا ہے۔ پرنٹ خریدار اور ڈیزائنروں مل کر ف تصاویر (Rough Pictures) کو منظوری دے کر ڈی کی ضروریات پوری کرتے ہیں اور مزین آرٹ ورک (Finished Art Work) تیار کراتے ہیں۔

(7) پیج پروف، منظوری (Page Proofs, Approval)

پرنٹر سے حاصل شدہ پیج پروف چیک کیے جاتے ہیں۔ کاپی (متن) کی صحیح نگاہ کرنا ہے اور لے آؤٹ کی صحیح ڈیزائنز۔ لے آؤٹ کی غلطیوں یا کاپی میں غلطی (Spelling) اور قواعد (Grammar) کی غلطیوں کے لیے پرنٹر کو مورد الزام قرار نہیں دیا جاسکتا۔ اس لیے ہر ایک بنی سے جانچ پڑتال کر لی جاتی ہے۔

(8) ترتیب، طبعیت، جلد بندی (Imposition, Printing and Binding)

(Binding)

پرنٹر کو مقررہ اسکیم (Imposing Scheme)، طبعیت اور اختتامی مراحل (یا جلد بندی) کا دیکھنا رکھنا چاہیے۔ نمونہ کے طور پر ایک کاپی کی جلد بندی کر لی جاتی ہے اور پھر یہ جانچ پڑتال کی جاتی ہے کہ کہیں لے آؤٹ میں یا صفحہ میں کوئی غلطی تو نہیں رہ گئی ہے۔

جلد کاپیوں میں سے انکل (At Random) کوئی کاپی نکال کر کے دوبارہ جانچ پڑتال کی جاتی ہے کہ کہیں کوئی غلطی نہ رہ گئی ہو۔ اور اگر اس اسٹیج پر کسی غلطی کا پتہ چلتا ہے تو کم از کم کاپیوں کی تقسیم پر آنے والی لائنوں سے جانچ جاتی ہے۔

پرنٹنگ پریس۔ ایک سادہ مائل (لیٹر پریس)

ہر ایک پریس میں شیعہ آرٹ (Art Department) فیکس ہو ۳ البتہ کام کی نوعیت اور حجم کے لحاظ پر پرنٹ خریدار (Print Buyer) کو کسی گراؤٹ ڈیزائنر یا اسٹوڈیو کی خدمات حاصل کرنے کا مشورہ دیا جاتا ہے۔ ڈی اسٹیج پرنٹ خریدار کو یہ پتہ چل جاتا ہے کہ مکمل کام کیسا نظر آئے گا۔

(i) گیلے پروف (Galley proofs) اور (ii) پیج پروف (Page Proofs) کے دوران پروف کو چیک کرنے اور غلطی کی تصحیح کرنے کا اس موقع مل جاتا ہے۔ اسے پیج پروف پر دستخط کرنے ہوتے ہیں کہ یہ صفحہ اب طبعیت کے لیے بھیجا جاسکتا ہے۔ دستخطوں کے بغیر کوئی بھی پرنٹر طبعیت کا کام شروع نہیں کرتا۔ میک ریڈی (Makeready) کے دوران پریس میں موجود پروف ریڈر (Proofreaders)، پروف کی آخری تصحیح کرتا ہے۔

نئے پیراگراف، اوراق و رموز کو مد نظر رکھتے ہوئے لائنوں کی سیٹنگ کی جانچ کے حساب سے ٹائپنگ کی جاتی ہے۔ کپشنز (Captions) کو الگ سے ٹائپ کر لیا جاتا ہے تاکہ کپوز کرنے والے کا وقت بچ جائے۔

چاند بندی سے تصاویر کی مجوزہ سائز دریافت کرنے میں مدد ملتی ہے اور اس طرح چھوٹے نمونے کام کے لیے فوراً ہی بالکل صحیح صفاتی منصوبہ بندی کی جاسکتی ہے۔

(5) مارک اپ (Mark Up) اور پروسس (Process) سے متعلق ہدایات

لے آؤٹ کی ضروریات کے مطابق ڈیزائنر، مسودہ پر ٹائپ سیٹنگ ہدایات (مارک اپ) تحریر کرتا ہے، تشکیلات (Illustrations) کی چاند بندی کر کے کندہ کار (Engraver) کو ضروری ہدایات فراہم کر دی جاتی ہیں عام طور پر گالوں کے لیے تیز کی جانے والی کندہ کاری (Engravings) پر نندوں کے حوالہ کر دی جاتی ہیں۔

ڈی پری دی جانے والی ہدایات (مارک اپ) کو دو مرتبہ چیک کرنا چاہیے کیونکہ ٹائپ سٹر آٹھیں نمونہ کر ہدایات پر عمل کرتا چلا جاتا ہے۔ ایسی حالت میں غلط ہدایات جاری کرنے کا مطلب ہے طبعیت کی اولین سطحوں (Galley) پر غلطی سرزد ہونے کا صمد برداشت کرنا اور دوسرے ری سیٹنگ (Resetting) کر دانے پر کام میں تاخیر اور لاگت میں اضافہ۔ انھیں وجوہات کو مد نظر رکھتے ہوئے کندہ کار کو دی جانے والی ہدایات کم از کم دو مرتبہ چیک کر لینا چاہیے۔

(6) پیسٹ اپس (Page Paste Ups)

کندہ کاریوں (Engravings) سے حاصل شدہ ٹکڑ (Pulls) اور گیلے پروف (Galley Proofs) کو ڈیزائنر بھی چیک کرتا ہے اور گالک بھی۔ پرنٹر کی رہنمائی کرنے کے لیے ڈیزائنر متصل پیسٹ اپس تیار کرتا ہے۔ کسی قسم کی بھی کمی نہیں چھوڑی جاتی۔

کندہ کاریوں سے حاصل شدہ پروف اس کاغذ پر بنے ہوئے چاہیے جس پر اسے پرنٹ کرنا ہوتا ہے۔ اس سے نسبتاً زیادہ مناسب فیصلہ کرنے میں مدد ملتی ہے۔

ٹائپ اور حروف سازی

(Types & Lettering)

ٹائپ (Types)

Designers) ماہر آرٹسٹ (Draftsmen) ہوتے ہیں۔ یہ لوگ ٹائپ حروف ڈھالنے کی میکینیت سے تواقف ہوتے ہی ہیں اس کے ساتھ ساتھ عمدہ طور پر ڈیزائن شدہ ٹائپ فیسر کے ذریعہ مرتب ہونے والے جمالیاتی اور جذباتی اثرات کو بھی بخوبی سمجھتے ہیں۔

ٹائپ اجتماع میں کام آنے والے دیگر سامان

(Other Materials Used in Type Assembly)

(i) رولز (Rules): رول ٹائپ ہائی (Type High) ہوتے ہیں اور مختلف موٹائیوں میں دستیاب ہو جاتے ہیں۔ ان کا استعمال سیدھی لائنیں (خطہ مستقیم) چھپانے کے لیے کیا جاتا ہے۔ باریک لائنوں کے لیے پتیل کی رول (Brass Rules) استعمال کیے جاتے ہیں کیونکہ ان میں فرسودگی کم واقع ہوتی ہے اور لمبے عرصہ تک چلتے ہیں۔

(ii) بورڈرز (Borders): یہ خوبصورت سانچے ہوتے ہیں "درانچیں"۔ استعمال کر کے طبعات کے مواد کے لیے حاشے بنائے جاتے ہیں۔ ان کا استعمال عام طور پر ڈیپلی تصویروں / نقشوں (Insets) اور اشتہارات کے لیے کیا جاتا ہے۔ یہ عام طور پر 6 پانچٹ سے لے کر 18 پانچٹ کے سائزوں میں دستیاب ہو جاتے ہیں۔ کچھ ڈیزائنوں میں کوٹوں کو سمجھانے کے لیے خصوصی کٹکے بھی لگائے جاتے ہیں۔

(iii) لیڈز (Leads): خطوط کے درمیان خالی جگہ تکمیل دینے کے لیے ان کا استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ ٹائپ میٹل سے بنے ہوئے ہوتے ہیں اور ٹائپ ہائی سے چھوٹے ہوتے ہیں۔

(iv) کواڈز (Quads): یہ ٹائپ ہائی سے چھوٹے کٹکے کی گزری ہوتے ہیں۔ یہ مستطیل نما ہوتے ہیں اور صفحہ بندہ کی (Page Make Up) کے دوران طویل خالی فاصلوں کو بھر کرنے کے لیے استعمال کیے جاتے ہیں۔

دھات سے ڈھلے ہوئے ٹائپ کے حروف کا تعلق طبعات میں لیزر پریس یا ریلیف پروسس (Relief Process) سے ہوتا ہے۔ لفظ کے ہر ایک حرف کے لیے دھات سے (معدنہ) ایک حرف ہوتا ہے۔ ان حروف کی ڈھلائی کے لیے بھرت (Alloy) استعمال کی جاتی ہے۔ یہ بھرت تیار کرنے کے لیے سیسہ، اینٹی مونی (Antimony) اور تین (Tin) کو ملا یا جاتا ہے۔ اس بھرت کو تھارتی طور پر ٹائپ میٹل (Type Metal) کے نام سے موسوم کرتے ہیں۔ اس بھرت سے خوبصورت ڈھلائی ہوتی ہے۔

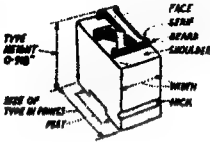
ڈھلائی کا کام ڈھلائی کے صفار خانوں (Foundaries) میں کیا جاتا ہے۔ یہ لوگ طبعات کا کام کرنے والوں کو ایک ہی قسم اور جسامت کے ڈھلے ہوئے حروف ٹائپ وزن کے حساب سے فروخت کرتے ہیں یعنی ڈھلے ہوئے یکساں حروف کو مکمل ٹائپ (Founts) کہا جاتا ہے۔ کچھ طبعات کرنے والوں کے یہاں اپنی ٹائپ کی ڈھلائی مشین موجود ہوتی ہے۔

(ایک سائز کا مکمل ٹائپ (Fount) میں تمام طرح کے ٹپے موجود ہوتے ہیں جیسے حروف تہجی (Alphabets)، ہندسے (Numericals)، اوقاف اعراب (Punctuation Marks)، تحریر میں فصل پیدا کرنے والے ٹپے (Spaces) وغیرہ۔ یہ تمام ٹپے ٹائپ فیس (Typeface) ایک متعین سائز اور متعین وزن والے ہوتے ہیں۔ بہت سی ٹائپ (Types) میں چھوٹے کیپ (Small Caps) آئیٹلیکس (Italics) اور زور (Bolds) کی علامت (Accent Marks) تھلا کی رہنمائی کے لیے نہیں ہوتے۔

دھات سے بنے ہوئے ٹپوں کو "ٹائپ" (دستی حروف سازی سے مختلف) بھی کہتے ہیں۔

بدلتے ہوئے لائزائنوں سے قدم بہ قدم ملا کر چلنے کے لیے ٹائپ صفار خانے دو مقامات پر ٹائپ حروف کے سنے سے لائزائن بھی تیار کرتی رہتی ہیں جن میں ٹائپ فیسر (Typefaces) کہتے ہیں۔ ٹائپ ڈیزائنر (Type

رہتا ہے۔ شوئزر کے اوپر کی اونچائی کو بی رڈ (Beard) کہتے ہیں۔ کچھ میٹروں (Compositors) کی رہنمائی کے لیے تک (Nick) فراہم کر لیا جاتا ہے تاکہ وہ صرف چھوڑے ہوئے کر لیں اور تمام ٹھنڈوں کو سیدھا کھڑا رکھ سکیں۔



ٹائپ کے حصوں کی پیمائش (Measurement of Types)

(i) پانٹ (Point): ٹائپ کی چائٹس کی اکائی پانٹ (Point) ہے اور یہ تقریباً $1/72$ انچ کے برابر ہوتا ہے۔ 12 پانٹ کے ٹائپ کا مطلب بڑی کی گہرائی (Depth of the Body) پانٹ کے شوئزر کی گہرائی۔ اس سے ٹائپ کی گہرائی میں اضافہ نہیں ہوتی کیونکہ یہ قیود ہیث کہلاتی ہے۔

(ii) بڑی ٹائپ (Body Types): 6 پانٹ سے 14 پانٹ کے سائزوں کو بڑی ٹائپ (Body Types) کہتے ہیں کیونکہ ان میں عموماً پیغام (Message) کتاب کی اصل عبارت (Text) کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ 18 پانٹ سے زیادہ کے سائزوں کو ڈسپلے ٹائپ (Display Types) کہتے ہیں اور ان کا استعمال عموماً سرخیاں چھاپنے میں کیا جاتا ہے۔

(iii) پیک (Pica): یہ طوئی پیمائش (Linear Measurement) ہوتی ہے اور عموماً کالموں کی چوڑائی دکھانے کے لیے اس کا استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ ایک انچ کے چھ حصہ (1/6 th) کے برابر ہوتی ہے۔

1 em = ایک انچ کا چھ حصہ ہے۔ (4.16 ملی میٹر)

2 ens = 1 em

12 = 1 em پانٹ،

(iv) آگیت لائن (Agate Line): یہ خط $1/14$ انچ گہرا اور اخبار کے کالم کی چوڑائی کے برابر ہوتا ہے۔ عام طور پر یہ پیمانہ درجہ بند اشتہارات (Classified Advertisements) اور ڈائریکٹریوں (Directories) کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

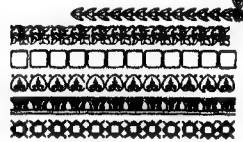
Rules

THIN
MEDIUM
BOLD (1 pt.)
3 POINT
3 POINT
6 POINT
1 RM



DOUBLE THIN
THIN & THICK
DOT LEADER
HYPHEN LEADER

Borders



ٹائپ کی تفصیل (Anatomy of a Type)



تمام قسم کے ٹائپ کے لیے $0.918''$ (23.3mm) اونچے ہوتے ہیں۔ اس ٹائپ کو "ٹائپ ہائی" (Type High) بھی کہتے ہیں۔ چھپائی کرنے والی سطح کو فیس (Face) کہتے ہیں اور یہ پہلو کے بل حرف کا الٹا ٹکس ہوتا ہے (آئیے میں بنی شبیہ کی طرح)۔ یہ حرف ٹائپ کے شوئزر (چھپائی نہ کرنے والی بڑی کی اوپر کی سطح) پر کی جانے والے مثبت کاری (Relief) میں استواء

ٹائپ فیس کی درجہ بندی

(Classification of Typefaces)

پربلی (Extra Bold)۔ ان سے اہلی صحت (Element) کے سائز میں بہت زیادہ تبدیلی لائے بغیر لے آؤٹ (Layout) میں ٹائپ سیٹ اہلی صحت (Typeset Element) کے وزن (نوع) قدر یا خاکستری اثر (Grey Effect) کو کنٹرول کرنے میں مدد ملتی ہے۔

جیسا کہ مثال سے یہ بات واضح ہو سکتی ہے کہ ہر ایک ٹائپ فیس کے لیے تمام متبادلات (Variations) کی تیاری بڑے پیمانے پر نہیں کی جاتی۔

مختلف قسم کے ٹائپ فیس کو چار جماعتوں میں درجہ بند کیا جاتا ہے: رومن (Roman)، گوٹک (Gothic)، اسکرپٹ (Script) اور گھوم (Miscellaneous)۔ ایک جماعت کی کئی فیملی (Families) ہوتی ہیں جن کے خدو خال مشترک اور فیس یکساں ہوتے ہیں۔ ٹائپ ڈیزائن میں ہر ایک نئی تخلیق کو فیملی کے بطور بڑے پیمانے پر تیار کیا جاتا ہے۔ عملاً ان فیملی کو ٹائپ کے نام سے جانا جاتا ہے۔ ہر ایک فیملی کے مختلف سائزوں کے لیے بالکل یکساں فیس متبادلات (Face Variations) موجود ہوتے ہیں۔

مذکورہ بالا باتوں کے پیش نظر اشتہار کے ڈیزائن میں ایک مناسب موڈ (Mood) تخلیق کرنے یا اسے ایک خاص شخصیت عطا کرنے کے لیے ڈیزائنر کی پند سے کام لیتا ہے۔ کسی بھی سائز کی ٹائپ کے لیے فیس متبادلات چار طرح کے ہوتے ہیں:

(1) رومن (Roman): سیدھے کڑے حروف (Up Right Characters) جن کی معمولی چوڑائی اتنی ہوتی ہے کہ وہ انھیں زیادہ وضاحت اور قابل مطالعہ بنا دیتی ہے اور پڑھنے والے انھیں آسانی سے پڑھ لیتے ہیں۔ انھیں اس ٹائپ کی فائونٹ (Font) میں رومن فیس (Roman Face) کا حامل سمجھا جاتا ہے۔ اگر ان حروف کو غور سے دیکھا جائے تو یہ مریخ نما سے دکھائی دیتے ہیں۔

(2) لٹلک (Italic): جب حروف میں دائیں جانب کو جھکاؤ موجود ہو تو انھیں لٹلک فیس (Italic Face) کا حامل سمجھا جاتا ہے۔

(3) توسیع شدہ (Expanded Face): ایک ہی سائز و اہلی ٹائپ میں دونوں ہی یعنی رومن اور لٹلک حروف کی چوڑائی کم یا زیادہ ہو سکتی ہے۔ جیسے توسیع شدہ فیس (Expanded Face) دائیں بائیں جانب کو پھیلا ہوا ہوتا ہے۔ اس سے ایک دہے ہوئے رقبہ میں نقل نویسی کو کنٹرول کرنے میں مدد ملتی ہے۔

(4) کم کردہ یا نپٹا فیس متبادلات کے وزن (Weight) میں بھی تغیرات واقع ہو سکتے ہیں مثلاً نپٹا (Light) درمیانہ (Medium) پربلی (Bold) اور نمایاں طور

Normal	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ WXYZ 1234567890 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Gothic	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ WXYZ 1234567890 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Brush	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Miscellaneous	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1 Roman	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 12345 1234567890 1234567890
2 Italic	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 12345 1234567890 1234567890
3 VARIATIONS IN WIDTH	
Roman	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 12345 1234567890 1234567890
Condensed	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 12345 1234567890 1234567890
Expanded	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 12345 1234567890 1234567890
4 VARIATIONS IN WEIGHT	
Light	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGH ABCDEFGH ABCDEFGH ABCDEFGH
Medium	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGH ABCDEFGH ABCDEFGH ABCDEFGH
Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGH ABCDEFGH ABCDEFGH ABCDEFGH
Extra Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGH ABCDEFGH ABCDEFGH ABCDEFGH

فوٹو کنڈہ کاری (Photo Engraving)

پروسیس کرتا پڑتا ہے۔ اگر کسی آرٹ ورک میں دونوں اقسام کے آرٹ موجود ہوں تو آرٹ ورک میں مکملیہ کو منسوب کے مطابق جمع کر کے یہ کام انجام دیا جاسکتا ہے۔

دو طرح کی تصویریں یا تشبیلات

(The Two Kinds of Illustrations)

جماعت کے حلقے سے تصویروں کو دو زمروں میں تقسیم کیا

جاسکتا ہے:

لائن کنڈہ کاری (Line Engraving)

اس کام کے لیے جو کچھ مطلوب ہوتا ہے وہ یہ ہے کہ ٹائپ فیس کی طرح سے ہی تصویر کی سطح (Picture Surface) نسبت کاری (Relief) میں موجود ہو اور یہ کسی ایسے خطہ پر موجود ہو کہ جس سے کئی کاپیاں نکل آنے کے باوجود بھی اس میں فرسودگی واقع نہ ہونے پائے۔ یہ کام 16 گانچ (Gauge) کی حسرت (Zinc) کی پلیٹ استعمال کر کے کیا جاتا ہے جو بہترین کوالٹی کی 10 ہزار کاپیاں تک پرنٹ کر سکتی ہے (جبکہ تانبہ کو استعمال کر کے ایک لاکھ تک کاپیاں پرنٹ کی جاسکتی ہیں)۔ اس عمل میں مندرجہ ذیل باتیں شامل ہوتی ہیں:

(1) فوٹو کیمسٹری (Photo Chemistry) کی مدد سے مطلوبہ سائز میں لائن ڈرائنگ کی شبیہ (Image) کو حلالی پلیٹ پر منتقل کرنا۔

(2) اس شبیہ پر تیزاب کا اثر گھٹن ہوتا اس لیے جب اسے تیزاب میں غوطہ دیا جاتا ہے تو غیر گھٹن رقبہ (Non-image Area) کیمیائی طور پر گھلادیا جاتا ہے۔

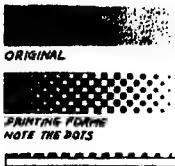
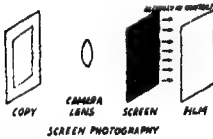
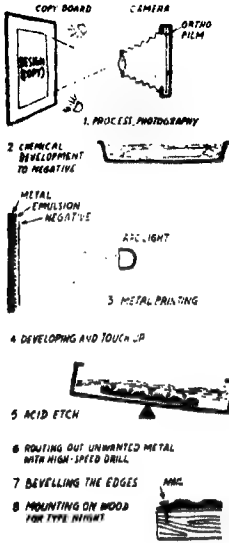
(3) اس طرح سے حاصل اس کنڈہ کاری کو کٹڑی کے مستطیل نما ٹکڑے پر نصب کر دیا جاتا ہے۔ اس کی ٹائپ ہائٹ 0.918° ہوتی ہے اور اس سے کپڑے میں آسانی سے اچھڑا جاتا ہے۔

(1) خطی تصویریں (Line Illustrations): یہ ایک کیمیا، سلاؤ کالر (Solid Colour) سے بنی ہوتی ہیں۔ ان میں شہ رنگ یا ٹون میں کسی بیش فیس ہوتی اور ہر ایک خط اور سلاؤ رقبہ کیمیا دکھائی دیتا ہے حالانکہ ہوشیاری سے خطوط اور نلے استعمال کیے جائیں تو کسی بیش کا بہام بھی پیدا کیا جاسکتا ہے۔ ٹائپ، پہلے سے ہی تیار خطی تصویریں (Line Illustrations) ہوتے ہیں۔

(2) ہالٹ ٹون تصویریں (Half-tone Illustrations): ان کے ٹون (Tones) مسلسل ہوتے ہیں یا پھر درمیانہ طور پر کیمیا۔ یہ بالکل سفید سے تبدیل ہو کر خالص سیاہ رنگ اختیار کر سکتے ہیں یا پھر تقریری طور پر کسی بھی رنگ کی قدریں اختیار کر سکتے ہیں جیسا کہ فوٹو گرافس (Photographs)، آئل پینٹنگس (Oil Paintings)، واش ڈرائنگس (Wash Drawings) وغیرہ میں ہوتا ہے۔

بیلر پریس پروسیس کے ذریعہ کسی بھی قسم کی تصویر بنانے کے لیے پرنٹنگ سطح کی مثبت کاری (Relief) میں دھاتی کنڈہ کاری (Metal Engraving) کرنی پڑتی ہے۔

نکلیہ (Negatives) بنانے کے لیے کاپی بورڈ پر دونوں کو الگ الگ



(1) پروسیس فوٹوگرافی (Process Photography)

کیمرہ (Camera)، ڈیزائن کاپی (Design Copy)، کاپی بورڈ

(Copy Board)، آرٹھو فلم (Ortho Film)

(2) نیگٹو کی کیمپوٹیو ڈیولپمنٹ (Chemical Development)

(Metal) ، دھات ، شیرہ یا اسٹیلن

(Emulsion)، نیگٹو (Negative)، آرک لائٹ

(Arc Light)

(3) میٹل پرنٹنگ (Metal Printing)

(4) ڈیولپمنٹ اینڈ ٹچ اپ (Developing and Touch-up)

(5) ایسڈ ایٹھ (Acid Etch)

(6) ہائیڈرو ڈریل سے غیر ضروری حصے دور کر دینا

(7) کناروں کو ڈھلوانی بنانا

(8) ٹائپ ہائٹ کے لیے ٹکڑی پر نصب کرنا

ہالٹون کنڈہ کاری (Half-tone Engraving)

سلسلہ ٹون نشیلات (Tone Illustrations) کے لیے فوٹو گرافک فلم

(Photographic Film) کے بالکل سامنے ایک اسکرین رکھا جاتا ہے۔ یہ

اسکرین آؤی تر بھی لائنوں کا ایک ایسا جال ہوتا ہے جو گلاس اسکرین (Glass

Screen) پر کندہ ہوتا ہے۔ فلم کا جال بھی ہو سکتا ہے۔ کٹیکٹ اسکرین

(Contact Screen) جس پر گرڈ یا کرس کرس (Graded Criss

Cross) آری تر بھی لائنیں (Cross Lines) بنی ہوئی ہوتی ہیں ان خانوں

کے درمیان کا رقبہ عدسوں (Lenses) کے مانند کام کرتا ہے اور اپنے میں

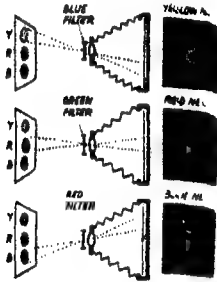
سے گزرنے والے تصویر کی رقبہ کی ٹونل قدر (Tonal Value) کو فلم

(Film) پر واقع تناسب سازوں والے (ٹونل) کو مختلف سازوں والے ڈاٹ

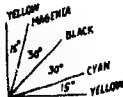
پٹرن (Dots Pattern) میں توڑ دیا جاتا ہے۔ اس طرح مختلف اینڈ آئی ٹونل

گریڈیشنوں (Tone Gradations) کو نیگٹو (Negative) کی شکل میں

تبدیل کر دیا جاتا ہے جس سے پانچویں اٹنی شیعہ دھات پر پٹلی جاتی ہے۔
 اب یہ ڈاسٹ ایک لائن آرٹ (کالام) سادہ کھائی دینے لگتے ہیں
 کیونکہ لب ان میں ٹون گریدیشن (Gradation of Tone) ہوتی نہیں رہتا۔
 ان سے تو مسلسل ٹون کا پانچا کسٹر ٹون (Grey Tones) کا اہام پیدا ہوتا ہے۔
 کندہ کاری کا عمل ایک سائی ہو تا ہے البتہ اس میں کافی ہوشیاری برتی جانے کی
 ضرورت ہوتی ہے۔
 اسکرین کے یکساں پٹرن سے غلطیوں کو بچھانے میں مدد ملتی ہے
 اور پھر انھیں درست بھی کر لیا جاتا ہے۔



عملہ یلٹر پریس پروسیس (Letterpress Process) کے لیے
 آرٹو فلم (Ortho Film) پر پریسنگ (Separation Negatives)
 تیار کرنے کے لیے پروسیس اسکرین (Process Screen) کا استعمال کیا جاتا
 ہے تاکہ پھر انھیں تماس دھاتی طباعت (Contact Metal Printing) میں
 استعمال کیا جاسکے۔ آئسٹ پر ٹھک کے لیے پانچویں تیار کرتے وقت پروسیس
 اسکرین بھی داخل کی جاسکتی ہے (دیکھیے آئسٹ پر ٹھک)۔
 اسکرین (جونی سیٹلی میٹر 53-60 لائنیں بناتا ہے) کو ہر ایک
 رنگ کے لیے گردش دی جاتی ہے تاکہ ایک کے برابر میں ایک ڈاٹ پرنٹ
 ہو جائیں اور وہ ایک دوسرے پر چڑے (Overlap) نہ ہونے پائیں۔



اسکرین کے یکساں پٹرن سے غلطیوں کو بچھانے میں مدد ملتی ہے
 اور پھر انھیں درست بھی کر لیا جاتا ہے۔

رنگین کندہ کاری (Colour Engraving)

یہ اس اصول پر مبنی ہے کہ بنیادی رنگوں یعنی زرد، سرخ اور نیلے
 رنگوں کو مختلف مقدار (نوعی مقدار) میں ملا کر تقریباً ہر ایک رنگ کا شیعہ
 تیار کیا جاتا ہے (دیکھیے رنگ)۔ روشنائیوں کو خلف کرنا پڑتا ہے۔ عمل ہوتا
 یہ ہے کہ سیاہ رنگ تصویر کو گہری اور خاکستری رنگ کو تازی حکا کرنے میں
 مددگار ثابت ہوتا ہے۔ اس سے روشنائی چھانے میں بھی مدد ملتی ہے کیونکہ اگر
 سیاہ رنگ موجود نہ ہو تو پھر بہت زیادہ گہرے ٹون (رنگ) ایک دوسرے پر
 چڑے ہوئے (Overlap) نظر آتے ہیں۔ اس کی وجہ سے منطبق کرنے کی
 ضرورت پڑے گی۔

رنگوں کی علیحدگی (Colour Separation)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں کثیر رنگی تصویر (عام طور پر مسلسل
 ٹون والی تصویر) کو اس کے بنیادی رنگ ہائے رنگینی اور کالے رنگ میں توڑنا
 ہوتا ہے تاکہ اگر رنگوں کی جدائی سے ہاف ٹون نقش کندہ (Engraving) تیار
 کرنا اور سفید کاغذ پر نہ کوبہ بالا چار رنگوں کی روشنائیوں سے مطابقت کرنا پڑے تو
 ہو بہو اصل تصویر تیار ہو جائے۔ یہ علیحدگی سرخ، ہرے اور نیلے کلر فلٹروں

(Colour Filters) اور فیلٹر وک فلم (Panchromatic Film) کی مدد سے
 مسلسل ٹون علیحدگی (Continuous Tone Separation) کے لیے کی
 جاتی ہے۔ جب کاپی بورڈ اور کیمیرے کے عدسے (Lenses) کے درمیان ٹیلا
 فیلٹر رکھا جاتا ہے تو صرف وہی شعاعیں گزرتی ہیں جو پانچویں کا رنگ درج کرتی

ایکھوڑ کی جانے تو تکلیف کے تاریک حصے شفاف یا سفید اور سفید حصے سیاہ یا تاریک بن جائیں گے اور ایسا محسوس ہوگا جیسے یہ اصل شے ہو۔ فلم پر اصل شے کے اس طرح عکس اتارنے کو پازٹیو (Positive) تیار کرنا کہتے ہیں۔ ایسا اس لیے ہوتا ہے کہ سیاہ یا تاریک حصوں سے کم اور ہلکے علاقوں سے زیادہ روشنی گزرتی ہے۔

حقیقی فوٹو گرافی (Creative Photography) میں بصری پیمائش کے لیے کچھ اصل تصویروں میں مہیا کرانی جاتی ہے۔ یہ تصویروں تمہاری اور مصنوعی فوٹو گراف اسٹوڈیو، آرٹ اسٹوڈیو، بیڑے پر عکس پریموں کے حقیقی شے مہیا کرانے ہیں۔ گراٹک آرٹ فوٹو گرافی کا استعمال آرٹ اور نقل کو بہا اتارنے کے لیے کیا جاتا ہے اور یہ پر عکس پر دیکس کا حصہ ہوتا ہے۔ گراٹک آرٹ فریڈ کے لیے فوٹو گراٹک فلمیں دو طرح کی ہوتی ہیں جن میں ایک اینڈر وٹھٹ کام کے لیے استعمال میں لایا جاتا ہے:

(1) آرٹو کرومٹک (Orthochromatic): اس سے نمایاں فرق والے نتائج دستیاب ہوتے ہیں اور بجلی غاکسٹری ٹون بکسر نکلانہ انداز کی جاتی ہیں۔ اس لیے اس کا استعمال زیادہ تر لائن ورک (Line Work) کے لیے کیا جاتا ہے۔

(2) فوٹو کرومٹک (Panchromatic): اس سے پائی لائٹ علاقوں اور سائے دار علاقوں سے تمام نظیری رنگوں کے نہایت لطیف غاکسٹری ٹون (Grey Tones) تک اٹھانے جاسکتے ہیں اور اسی لیے خاص طور پر ان کا استعمال مسلسل ٹون تصاویر (Continuous Tone Pictures) کے لیے کیا جاتا ہے۔

فلم کی ایک تیسری قسم بھی عموماً استعمال کی جاتی ہے جسے ڈپلی کٹنگ فلم (Duplicating Film) کہتے ہیں۔ اس کا استعمال ایک ہی آپریشن میں تکلیف سے پازٹیو یا پازٹیو سے پازٹیو بنانے کے لیے کیا جاتا ہے۔ پازٹیو کو اِمُلِسن برادر (Emulsifide) فلم، غیر شفاف سطح پر بھی

اتارا یا بنایا جاسکتا ہے۔ اسے برومائیڈ پرنٹ (Bromide Print) یا برومائیڈ میں فوٹو گراف کہا جاتا ہے۔ اس پرنٹ کی سطحی فنش (Finish) پچھدار بھی ہو سکتی ہے اور صغدی بھی۔ دونوں ہی معاملات میں فوٹو گراٹک جہیز کو سخت (Contrast)، معمولی ہلکا بنایا جاتا ہے تاکہ ان پر پائی لائٹ اور سایہ دار علاقوں کی تفصیلات اٹھائی جاسکیں۔

کہنا بہت آسان اور میکانیکی لگتا ہے مگر پہلے پرف کے بعد رنگ کی صحیح کرنا کوئی آسان کام نہیں ہے۔ اس میں بڑی محنت کرنی ہوتی ہے۔ یہ باتھ سے انجام دیا جانے والا کام ہوتا ہے اور اس کے لیے کندہ کاری مہارت درکار ہوتی ہے۔ ایک ہی پلیٹ کو کھل طور پر بچھانے کے لیے 10 گھنٹوں کی مدت بھی لگ سکتی ہے۔

فوٹو گرافی (Photography)

روشنی کے عمل سے مستقل طور پر مرنی مہمات تیار کرنے کے آرٹ یا عمل کو فوٹو گرافی کہتے ہیں۔ یہ اس اصول پر مبنی ہوتی ہے کہ کچھ کیپادی مرکبات روشنی سے متاثر ہو جاتے ہیں۔ جب روشنی ایکھوڑ شدہ حصہ کو پھردنگہ کیپادی مرکبات کے قسار (Contact) میں لایا جاتا ہے تو وہ حصہ مستحکم اور گہرا (تاریک) ہو جاتا ہے۔ تاریک یا گہرا کرنے کا یہ اثر ایکھوڑ کی مقدار کے تناسب ہوتا ہے۔ جبکہ ایکھوڑ بذات خود روشنی کی شدت (Intensity) اور مدت (Duration) پر منحصر ہوتا ہے۔ عملاً ہوتا ہے کہ کیپادی مرکبات (جو زیادہ تر سلور برومائیڈ Silver Bromide) اور سلور آئیوڈائیڈ (Silver Iodide) ہوتے ہیں) کو مناسب ہائڈروں (Binders) میں ملا کر شیرہ (Emulsion) بناتے ہیں اور انہیں صے میں شفاف سیلولوز کی صفت (Cellulose Acetate) کی ایک طرف اس کی پرت چھلیدی جاتی ہے۔ اس طرح تیار سامان کو فوٹو گراٹک فلم یا فوٹو سینیٹیو (Photo Sensitive) فلم کہا صرف فلم کہتے ہیں۔

یکہرو ایک اینا آلہ ہوتا ہے جو مطلوبہ شے کی روشنی کو فلم پر ڈالتا ہے۔ یہ کام عام طور پر ایسے مخدب عدسہ (Convex Lense) کی مدد سے انجام دیا جاتا ہے جس کے فلم سے فاصلہ کو گھٹا بڑھا کر شے کی شدت کو گھٹایا بڑھایا جاسکتا ہے۔ اپرچر (Aperture) سے روشنی کی شدت اور شر (Shutter) سے ایکھوڑ کی مدت کنٹرول کی جاتی ہے۔

جب فلم کو ایکھوڑ دیا جاتا ہے تو اصل شے کے پچھدار حصوں کو تاریک اور تاریک حصوں کو شفاف (سفید ورق کے پیچھے رکھ کر دیکھیں تو سفید) بنا کر پیش کیا جاتا ہے۔ ان مخالف نتائج کی بنا پر شے کو تکلیف (Negative) کہا جاتا ہے۔

اب اگر دوبارہ اس تکلیف سے روشنی گزرا کر ایک دوسری فلم

ہاف ٹون کی قسمیں (Types of Halftones)

اسکوائر کٹ (Square Cut) کٹ آؤٹ (Cut Out) وگنیٹ (Vignette) ڈراپ آؤٹ (Drop Out) اتصال (Combination)

جلاک کے سرے عمودی زاویہ پر سرور سے اصل شے کا (Dot سائز (Dot Size) درمیان ٹون کو فوٹو کیلکولی (دریکھلے کے ذریعے ایک پیوڑ

تراش دیے جاتے ہیں۔ پس منظر غائب کر دیے (Size رفتہ رفتہ مدہم کے ذریعہ غائب کر دیا جاتا کرتا۔

جاتے ہیں۔ ہو کر صفر ہو جاتا ہے۔ ہے۔



کاغذ (Paper)

پرٹ برادر کاغذ (Coated Papers)

مانند فی خوبصورتی عطا کردی جاتی ہے۔ یہ فیش (Finish) بالکل چکنی اور ہموار نہیں ہوتی۔ اس طرح یہ کاغذ جو سب سے عمدہ اسکرین اختیار کر سکتا ہے وہ 50 لائنیں فی سیم (50 lines per cm) تک کی ہو سکتی ہے۔

(2) آفسیٹ کارٹریج (Offset Cartridge): یہ مضبوط کھردری سطح والے کاغذ ہوتے ہیں اور آفسیٹ پریس سے انھیں اضافی چمک (Glazing) عطا کی جاتی ہے۔ آفسیٹ پریس میں پرنٹنگ کے دوران نمی شامل ہوتی ہے۔

(3) اینٹیک پیپر (Antique Papers): یہ کاغذوں کی موٹی قسم ہوتی ہے اور انھیں سانچہ (Mould) کی مدد سے تیار کیا جاتا ہے۔ اگر اس پر سانچے کے خطوط (Mould Lines) نظر آئیں تو یہ کاغذ اینٹیک لید (Antique Laid) کہلاتا ہے اور اگر یہ خطوط نظر نہ آئیں تو یہ کاغذ اینٹیک دوڈ (Antique Wove) کہلاتا ہے۔

(4) سپر کلنڈرڈ (Super Calendered): اس سے یہ مراد لی جاتی ہے کہ کلینڈرنگ رولروں (Calendering Rollers) میں سے کاغذ کو گزار کر پالش کے ذریعہ اس کی سطح کو بہت زیادہ چمک عطا کردی گئی ہے۔

(5) مشین فینشڈ (Machine Finished): یہ کاغذ دونوں جانب سے چمکا ہوتا ہے مگر اس کی سطح ہر کلینڈرڈ کے مقابلہ زیادہ چکنی نہیں ہوتی۔

(6) مشین گلیزڈ (Machine Glazed): یہ کاغذ ایک طرف سے تو بہت چمکن اور چمکدار ہوتا ہے مگر اس کی دوسری سطح بدستور کھردری ہی ہوتی ہے۔

رایٹنگ پیپر (Writing Papers)

(1) بانڈ پیپر (Bond Papers): بانڈ پیپر میں ریگ (Rag) کا جزو موجود ہوتا ہے اس لیے یہ مضبوط ہوتا ہے۔ ابتدا میں اسے سرکاری بانڈ اور دستاویزات تیار کرنے کے مقصد سے بنایا جاتا تھا تاکہ یہ دستاویز تادیر قائم رہیں اور کافی وقت گزر جانے کے بعد بھی خراب نہ ہونے پائیں۔ اسی وجہ سے ان کا نام بھی بانڈ پیپر پڑا ہے۔

ان کاغذوں کے اوپر عام طور سے چائنا ککے (China Clay)، زینک وٹھ (Zinc White)، چاک اور امیڈ ہیز (Adhesives) کی پرت چڑھی ہوتی ہوتی ہے۔ یہ کوٹنگ (Coating) مشین سے تیار کیے جانے والے کاغذ کے رولس (Rolls) پر لگادی جاتی ہے تاکہ بہت چکنی اور یکساں طور پر ایسی جلدی سطح تشکیل پا جائے کہ جس پر ٹائٹن اسکرین ہاف ٹون ڈاٹ (Fine Screen Halftone Dots) پیدا ہو سکیں۔ کوٹنگ پیپر کا معروف نام "آرٹ پیپر (Art Paper)" ہے۔ اس کی ہماری اقسام "آرٹ کارڈز (Art Cards)" کہلاتی ہیں۔

(1) برش کوٹڈ (Brush Coated): کوٹنگ کرنے کے لیے گردش کرتے ہوئے اسطرنی برشوں (Cylindrical Brushes) کا استعمال کیا جاتا ہے اور پیچے برشوں کی آگے پیچھے کی حرکت سے یکساں سطح بنانے کا کام لیا جاتا ہے۔ یہ سب کام کرتے وقت کاغذ کو مستقل طور پر ایک ربر کی اپرن (Rubber Apron) پر رکھ کر آگے بڑھاتے رہتے ہیں۔

(2) مشین کوٹڈ (Machine Coated): اس طریقہ سے کاغذ پر پرت چڑھانا کالی آسان ہے۔ یہ سطح پرت، برش کوٹنگ کے مقابلہ زیادہ یکنون ہوتی ہے البتہ اتنی چکنی نہیں ہوتی۔

(3) کاسٹ کوٹڈ (Cast Coated): اس کاغذ کی سطح پر کوٹڈ کے اجزائے ترکیبی کے سلیپ کی پرت (Layer of Slip) سے کوٹنگ چڑھائی جاتی ہے۔ اس معاملہ میں آخری پالش (Final Polish) ہلٹ گلیٹرنگ ڈرم (Hot-glazing Drum) سے کی جاتی ہے۔ ان کاغذوں کی سطح سب سے چکنی ہوتی ہے۔

غیر پرٹ برادر کاغذ (Uncoated Papers)

(1) ایمیتھن آرٹ پیپر (Imitation Art Papers): ایمیتھن آرٹ پیپر (Imitation Art Papers) بنانے کے لیے چائنا ککے اور دیگر اجزائے ترکیبی کو بذات خود گلدی (Pulp) کے ساتھ ملا دیا جاتا ہے اور کاغذ کو آرٹ پیپر کی

شفاف (Translucent) اور گریز پروف (Grease Proof) ہوتے ہیں۔
 (5) گوند برادر ہچ (Gummed Papers): عام طور پر ان کے ایک جانب کو تنگ چسوی ہوئی ہوتی ہے تاکہ چمپانی کے اچھے نتائج برآمد ہوں اور دوسری جانب گوند لگا ہوا ہوتا ہے۔ انھیں برسات کے موسم میں اور نرگندہ پر رکھنے کے لیے ہوشیاری برتنی پڑتی ہے۔

ہاتھ سے تیار کردہ کاغذ (Handmade Papers)

یہ سانچوں میں تیار کردہ (Mould-made) کاغذ ہوتے ہیں۔ ان میں ریگ (Rag) کا مضمر بہت زیادہ ہوتا ہے اور اسی لیے عام طور پر بہت مضبوط ہوتے ہیں۔ کیلنڈرنگ کے ذریعہ ان کی کھردری ساخت کو نرم کر کے عمدہ درمیانہ اور عتف ریف گرینڈ (Rough Grades) میں منسور دیا جاتا ہے۔ نہ صرف یہ کہ اسے عتف رنگ عطا کر دے جاتے ہیں بلکہ کبھی کبھی تو اس وقت غیر معمولی شکل و صورت حاصل ہو جاتی ہے جب اس میں ریٹم کے دھماکے، سونے کے ورق کے پختے، رنگین ریٹے، سوکھی پتیاں، گھاس پھوس وغیرہ معلق نظر آتے ہیں۔

(1) ایٹکس (Deckles): سانچوں سے تیار ہونے والے کاغذ کے قدرتی سرور (کناروں) میں غیر معمولی جمالیاتی اثر پیدا کر دیا جاتا ہے۔ یہ کاغذ پیمانی کے وقت مسائل پیدا کرتے ہیں خصوصاً لیٹر پریس (Letterpress Process) میں کافی دقیق آتی ہیں کیونکہ کاغذ کی موٹائی میں بہت زیادہ تشیب و فراز ہوتے ہیں اور وہ یکساں نہیں ہوتی۔

کاغذ کے بین الاقوامی سائز (International Paper Sizes)

انٹرنیشنل اسٹینڈرڈ آرگنائزیشن (International Standard Organisation) یہ منوہ دیتی ہے کہ اسٹیشنری (Stationary) اور ترویجی لٹریچر (Promotional Literature) کے لیے مذکورہ بالا سائزوں میں سے سائز کا انتخاب کیا جائے۔ سائز A0 کا رقبہ ایک مربع میٹر ہوتا ہے۔ اس سے چکر اوپے والے برطانوی اور امریکن سائزوں کی لمبی چوڑی صفوں کے مقابلہ عتف کوئی کے اوزان (Weights) کا موازنہ کرنا آسان ہو جاتا ہے۔ مذکورہ بالا کاغذوں کو امریکی لہائی کی طرف سے دو برابر حصوں میں تقسیم کر دیا جائے تو سائز حاصل ہو جاتا ہے۔ اس طرح نسبت یکساں رہتی ہے۔

(2) بینک ہچ (Bank Papers): یہ بانڈ ہچ کی طرح ہی ہوتے ہیں۔

(3) لید (Laid): یہ بھی رانک ہچ ہی ہوتے ہیں لیکن ان پر سانچوں (Moulds) کی ستاری لائیں نظر آتی ہیں۔

(4) وڈ (Wave): وڈ دراکنگ ہچ ان کاغذات کو کہتے ہیں جن میں تیار کردہ سانچوں کے ذریعہ ہی کیا جاتا ہے مگر ان پر سانچوں کی لائیں نظر نہیں آتیں۔

(5) ایئر میل کاغذ (Airmail Paper): یہ کاغذ بہت مضبوط اور بہت ہلکا ہوتا ہے تاکہ ڈاک دزنی نہ ہونے پائے۔

(6) لیجر ہچ (Ledger Paper): یہ کاغذ مضبوط اور پختا ہوتا ہے۔ اس پر کیری (خطوط) کیجی جاسکتی ہیں۔ ہاتھ سے لکھے جانے والے ایسے کھاتوں کے لیے یہ لیجر بہت نایاب موزوں رہتا ہے جس کا استعمال بہت زیادہ کیا جاتا ہے یعنی بلوخر سے اوخر ہوتے رہے ہیں۔

رپنگ کاغذ (Wrapping Papers)

(1) براؤن ہچ، کرافٹ ہچ (Brown paper, Craft paper): براؤن ہچ اتنا مضبوط نہیں ہوتا جتنا کرافٹ ہچ ہوتا ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ کرافٹ ہچ میں کپڑوں کی ریمیں (Rags) کے علاوہ گھاس کے ریٹے بھی موجود ہوتے ہیں جو اسے مضبوطی عطا کرتے ہیں۔ یہ کاغذ عام طور پر شکن دار (Laid) ہوتا ہے۔ نصف درجن رنگوں کے علاوہ یہ سفید رنگ میں بھی مل جاتا ہے۔

(2) سلفیٹ بورڈس (Sulphite Boards): ابتدا میں انھیں بجلی کے کام میں عاجز (Insulator) کے طور پر استعمال کیا جاتا تھا مگر یہ اپنی ظاہری شکل و صورت اور مضبوطی کی وجہ سے لوگوں کو اتنا بھایا کہ اس سے فیٹ فائلز (Flat Files) تیار کی جانے لگیں۔

(3) مومی ہچ (Waxed Papers): انھیں غذائی اشیاء کو محفوظ کرنے (پینے) کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ اس پر کسی بے ضرر روخشانی سے چمپانی کی جانی چاہیے۔

(4) چرمی یا قلعی کاغذ (Parchment Papers): انھیں یہ نام اس لیے دیا گیا ہے کہ یہ بھیر کی کھال سے ملتے جلتے ہوتے ہیں۔ یہ عام طور پر نیم

صورت کا انحصار پر توں میں کام آنے والے اجزاء کے ترکیبی پر ہوتا ہے۔

نچ میں سے مجور سے اور دونوں جانبوں یعنی اوپر نیچے کی پرتیں
من پسند کاغذ سے تشکیل دے کر کتوں کو تغیرات دیے جاتے ہیں اور وہ یعنی
بورڈ (Linen Board)، ڈپلیکس (Duplex)، ٹریپلیکس (Triplex)،
ملٹی پلکس (Multiplex) بورڈ کہلائے جاتے تھے ہیں۔

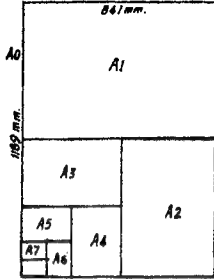
(1) ڈبوں کا گتہ (Box Board): ایک طرف سے یا دونوں طرف سے چٹان
ہو تا ہے تاکہ ڈبے کے باہری جانب چھپائی کرنے میں آسانی پیدا ہو جائے۔

(2) اسٹرا بورڈ (Strawboard): سستا اور مضبوط گتہ ہو تا ہے جو جلد
سازی کی صنعت میں بڑا مددگار ثابت ہو تا ہے۔ کاغذ 480 اور اقل کے
رسموں (Reams) میں فروخت کیے جاتے ہیں مگر گتے کروٹس (Gross) یعنی
144 کے ٹکٹوں میں فروخت کیے جاتے ہیں۔

Paper Sizes (Current Practice—British standard)

The names and sizes have English feudal background: the classification is not scientific. Because of their popularity the names and sizes gained coinage.

foolscap.....13.5" x 17"	ivory card.....22" x 28"
crown.....15" x 20"	cover papers.....22.5" x 30.5"
demy.....17.5" x 22.5"	pulp board.....22" x 28"
medium.....18" x 23"	30 x 40"
royal.....28" x 30"	straw board.....25.5" x 30.5"
imperial.....22" x 30"	handmade.....22" x 30"
art cards.....22" x 28"	18" x 23"



International Paper Sizes

ISO A Series (trimmed)

A0 841 x 1189 (mm)	33.1 x 46.8 (inches)
A1 594 x 841	23.4 x 33.1
A2 420 x 594	16.5 x 23.4
A3 297 x 420	11.7 x 16.5
A4 210 x 297	8.3 x 11.7
A5 148 x 210	5.8 x 8.3
A6 105 x 148	4.1 x 5.8
A7 74 x 105	2.9 x 4.1
A8 52 x 74	2.1 x 2.9
A9 37 x 52	1.5 x 2.1
A10 26 x 37	1 x 1.5

اتفاق سے A0 کا تعلق ٹریمنڈ سائز (Trimmed Size) یا کاٹ

چھانٹ کر عطا کردہ آخری سائز سے ہو تا ہے۔ مل سے نکلے ہوئے کاغذ کا سائز
نہایت زیادہ ہو تا ہے اور پرنٹنگ بلڈ (Printing Bleed) (Illustrations)
سلائی اور کٹائی کے بعد بھی مذکورہ بالا سائزوں کی اجازت
دیتا ہے۔

اسمید ہے کہ یہ سیریز (Series) جلد ہی موجودہ استعمال میں لائی
جانے والی قسم (Variety) کی جگہ لے لے گی۔

گتے ر بورڈ (Boards)

انھیں موٹائی عطا کرنے کے لیے جب یہ تیلے ہوئے ہیں تو ان پر
گلدی (Pulp) کی پرتیں چڑھادی جاتی ہیں یا پھر مختلف کاغذوں کو ایک
دوسرے سے چسپاں کر کے بھی یہ کام کیا جاسکتا ہے۔ البتہ اس طرح کی
جانے والی گتہ سازی میٹنگ ثابت ہوتی ہے۔ ان کی مضبوطی اور ظاہری شکل و

کاغذ کی طبیعی (Physical) خصوصیات

(i) بنیادی وزن (Basic Weight): فی روم وزن، چھانٹ کی کٹائی ہوتی ہے
مگر کاغذ کے سائزوں میں اختلاف کے سبب محاسبہ (Calculation) پریشان
کن ہو جاتی ہے۔ اگر میٹرک نظام (یعنی وزن فی مربع میٹر) اختیار کیا جائے تو
آسانی رہتی ہے۔

(ii) کٹلپر (Caliper): کسی بھی خاص قسم کے کاغذ کی موٹائی یکساں رہتی
چاہیے اور لیٹر پریس ہاف ٹون پر فٹنگ (Letterpress Halftone)
(Printing) کے لیے استعمال ہونے والے کوٹڈ اسٹاک (Coated)
(Stock) کے سلسلہ میں اس بات کی طرف خاص طور پر دھیان دیا جانا چاہیے۔

(iii) ضخامت (Bulk)، کثافت (Density)، کشش طاقت (Tensile Strength)، چاک کرنے کی طاقت (Tearing Strength): باہمی طور
پر خشک خصوصیات ہوتی ہیں اور ان کا انحصار کوٹنگ اور گلدی کے اجزاء

(iv) ایس۔ سی (S.C.) یا Super Calendered): میل حالت میں ایس۔ ایف کاغذ پر بہت زیادہ دلی کیلنڈرنگ کی جاتی ہے۔ اس سے کاغذ حقیقی متنوں میں چکنا ہو جاتا ہے۔ مگر اس کی ضخامت اور غیر شفافیت (Opacity) دونوں سے ہاتھ دھوٹا رہتا ہے۔

(2) سطحی طاقت (Surface Strength): کاغذ میں مندرجہ ذیل خامیوں سے بچنے کے لیے کاغذ کی سطح کے عمودی سمت میں تسلی طاقت (Tensile Strength) کی ضرورت ہوتی ہے۔

(i) پکنگ (Pickling): اس میں کاغذ کی بڑی سطح پر روشنائی سے تماس (Contact) میں چھپے اور مھنٹوں ریشے آجاتے ہیں۔

پر تنگ کے دوران نہ کورہ والا پکنگ کاغذ کی بلی چوڑی غوس سطح پر نشان کرتی رہتی ہے۔ بہر حال اس بات کو چیک کر لینا چاہیے کہ کبھی ایسا تو نہیں کہ یہ مل میں کاغذ کی تنگ یا ٹنٹھ کے دوران ٹھنسنے والے دھول کے ذرات ہوں۔ ریشوں کی مائیت (Quality)، پکنگ پر تیس (Heating Process)، دھبہ پریش (Wet Pressure) اور سائزنگ پر تیس کی مقدار (Amount of Sizing Process) سے سطحی طاقت میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

کاغذ کی مٹاوری (Optical) خصوصیات

چمک، رنگ، غیر شفافیت (Opacity) اور شفافیت (Transparency) کا درجہ دار ریشہ اور اس کی چھپک (Thatching) اس کی کثافت (Density)، پکنگ (Bleaching)، ایڈجوز (Additives) اور کوٹنگ (Coatings) پر ہوتا ہے۔ ضروری نہیں ہے کہ شو قرو (Show Through) کا سبب صرف کاغذ کی شفافیت ہی ہو، روشنائی کی بہت زیادہ چوٹ بھی اس کا سبب ہو سکتی ہے۔

مختلف قسم کی مطابعی کارروائیوں میں درکار کاغذات

(i) لیٹر پرس (Letterpress): زیادہ تر کاغذ ایسے ہوتے ہیں جن پر لیٹر پرس سے چھپائی ہوتی ہے۔ صرف چند خصوصی طور پر چمکدار کاغذ ایسے ہوتے ہیں جنہیں آئینہ سے چھاپنے وقت روشنائی کی تطبیق (Adjustment) کرنی پڑتی ہے۔ ایسے موقع پر نسبتاً چمکی فٹش والا کاغذ تو بچنی

ترکبھی کی نسبت اور کاغذ کو دی جانے والی کیلنڈرنگ کی مقدار پر ہوتا ہے۔

گرین (Grain) بھی طاقت کے سلسلے میں اپنا کردار ادا کرتا ہے۔

(iv) نرمی (Softness): یہ کہ پتہ (Crepe Paper) اور ٹشو پتہ (Tissue Paper) کو عطا کی جاتی ہے۔ یہ دباؤ پر آزمائی جانے والی کٹر مزاحمت (Lower Resistance) ہوتی ہے۔ جبکہ سختی اس کے بالکل برعکس چیز ہے۔

(v) جمعی استحکام (Dimensional Stability): ایم۔ ڈی Machine (M.D. یا Direction) یعنی کاغذ کے رول کی لمبائی کی سمت میں زیادہ ہوتا ہے اور سی۔ ڈی (C.D. یا Cross Direction) کثافت اور کوٹنگ کا اضافہ ہو جانے کے سبب بھی استحکام میں اضافہ ہوتا ہے۔

کھر پر تنگ کے رجسٹریشن کے معاملے میں اس چیز کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ فی اور طبیعی پھیلاؤ (Physical Stretching) خصوصاً آئینہ پر تنگ میں جمعی استحکام پر اثر انداز ہوتے ہیں۔

(vi) پائیداری (Permanence): کچھ دستاویزی کام کاج میں پائیداری کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ اس لیے کاغذ کی تیاری کے دوران تجزیات کی تبدیل (Neutralise) کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔

کاغذ کی سطحی خصوصیات

(i) آخری اصلاح (Finish): یکساں اور عمدہ چھپائی (مطاعت) اور بے داغ روپ رنگ کے لیے یکساں چکناہٹ کا ہونا نہایت ضروری ہے۔ مندرجہ ذیل آخری اصلاحات (Finishes) بڑے مقبول ہیں:

(i) ایم۔ ایف۔ (M.F. یعنی Machine Finished): کاغذ کی تیاری کے دوران کیلنڈرنگ کو کنٹرول کر کے کم، درمیانہ اور اعلیٰ درجہ کی چکناہٹ پیدا کی جاتی ہے۔

(ii) قدامت (Antique): کم فٹش (Low Finish) تقریباً ہاتھ سے تیار کردہ کاغذ کی مانند۔

(iii) ایم۔ جی۔ (M.G. یعنی Machine Glazed): میلی اسٹیج (Wet Stage) پر صرف تار والی سمت (Wire Side) بہت زیادہ چمکدار سلیندر (Highly Glazed Syllinder) پر سے گزاری جاتی ہے۔

طور پر کوئی مسئلہ نہیں کھڑا کرے گا البتہ کھردرے کاغذ پر کئی بھی شے (Image) آئے گی۔ مندرجہ ذیل کم ترین معیاروں کا خیال رکھنا چاہیے:

- ٹائپ اور لائن بلاک (Types and Line Blocks) اس کے لیے کوئی بھی ٹیپک ہجے کا فی بہتر ثابت ہوتا ہے۔
- بہت فائن لائن بلاک اور کورس اسکرین (Very Fine Line Block and Coarse Screen) مشین فٹش۔
- ہاف ٹون 100-110 لائن اسکرین: پیرکینڈرڈ فٹش۔
- ہاف ٹون 120 لائنیں اور فائنر (Half-tones 120 Lines and Finer): کوئی بھی۔

(iv) سلک اسکرین (Silk Screen): زیادہ تر کاغذ سلک اسکرین کی چھاپی گولی لیتے ہیں۔

تصویلات کے لیے استعمال کیا جائے والا کاغذ

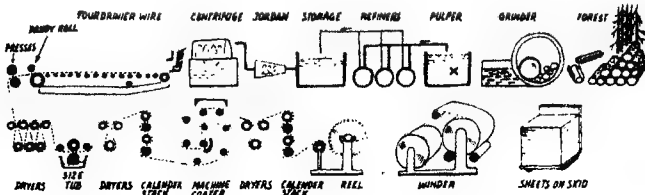
(Paper for Illustrations)

- کثیر رنگی چھاپی میں رنگوں کی چمک پیدا کرنے کے لیے بہت زیادہ سفید کاغذ کی ضرورت ہوتی ہے۔ کاغذ کا حد دلانہ تمام رنگوں پر اثر انداز ہو کر انھیں دھندلا بنا دے گا۔
- عمدہ تصویلات کے لیے: لیٹر پریس اور آفیسٹ (طاعت کے لیے) فائن اسکرین استعمال کیا جاتا ہے اس لیے بہت چھٹی کو ٹک دالے کاغذ درکار ہوتے ہیں۔
- لائن ورک (Line Work): اگر لائن ورک بہت فائن ہو تو لیٹر پریس کے لیے چھٹے کاغذوں کی ضرورت پڑتی ہے جبکہ آفیسٹ کے لیے اتنے زیادہ چھٹے کاغذوں کی ضرورت نہیں پڑتی۔
- اگر تصویلات اس قسم کی ہوں کہ ان میں زیادہ تر قریب میں رنگ بھرے ہوئے ہوں تو کاغذ، خاص طور پر پیک (Picky) نہ ہونا چاہیے۔
- کندہ کاروں (Engravers) اور آف سیٹ پر نظروں سے اس کاغذ پر کلر پروف (Colour Proofs) لینا چاہیے جس پر آخری چھاپی (Final Printing) کی جائے گی۔

(ii) آفیسٹ: اس پر دیس کے لیے ایسے کاغذات کی ضرورت ہوتی ہے جن کی سطح کی سائز بندی (Surface Sized) کر لی گئی ہو تاکہ وہ نمی اور کینک کا مقابلہ کرنے کے اہل ہوں۔ لیتھو کی زیادہ چھٹی روشانی تو گدی کے رہے کھینچ کر خراب کر دیتی ہے۔

اس کے کم ترین معیار مندرجہ ذیل ہیں:

- ٹائپ اور لائن بلاک (Types and Line Blocks): کوئی بھی لیتھو سائزڈ ہجے (Litho Sized Paper)۔
- ہاف ٹون 150-200 لائنیں: کوئی بھی پیرکینڈرڈ ہجے
- 200 لائنوں سے زیادہ: کوئی بھی۔
- معمولی عمدہ ہاف ٹون (حتیٰ کہ مٹی بکری بھی) ایسہانڈ (Embossed) ہجے پر بھی پرنٹ کیا جاسکتا ہے۔
- (iii) گرے وچ (Gravure): گرے وچ روشانی زیادہ تر تبخیر



پرنٹ فینشنگ (Print Finishing)

ہیں۔ البتہ طاعت شدہ اور پوری طرح تیار (Finished) کام کو معوی کرنے، چٹک اور لائنز میں آسانی سمجھو پھانے یا صرف خوشنما میں اضافہ کرنے کے لیے مندرجہ ذیل چند ایک کام ہاتھوں سے بھی انجام دیے جاتے ہیں:

چپکانے اور چسپاں کرنے کا کام (Pasting or Mounting): مطبوعہ کاغذ کو ایک اسٹرابورڈ (Strawboard) پر چپکا دیا جاتا ہے جیسے مثال کے طور پر — شو کارڈ (Show Card) جسے کاؤنٹر ڈسپلے کارڈ (Counter Display Card) بھی کہا جاتا ہے۔ فیدگی (Curling) سے بچانے کے لیے مطبوعہ کاغذ کی پشت پر اسی کے مائل ایک اور کرر کاغذ چسپاں کر دیا جاتا ہے۔

چین کا سہارا دینا (Easeling): شوکارڈ کو ایسے زاویہ پر کھڑا کرنے کے لیے جس سے پڑھنے میں آسانی ہو اسے ایک قبضہ بردار (Ginged) اسٹرابورڈ کے چین (Easel) کا سہارا دیا جاتا ہے۔ اینزل کو شوکارڈ کی پشت پر لگا دیا جاتا ہے۔

ٹین کی پتی مڑھنا (Tin Edging): دیواروں پر ٹانگے جانے والے کینڈروں کے مختلف صفات کی جزو بندی کرتے وقت ان صفات کو یکجا کر کے ان پر ایک ایسے ٹین کی پتی مڑھ دی جاتی ہے جس کے بھونچے مومنے دھانچے کا ایک جھلا بھی لگا ہوا ہوتا ہے۔ اس سے کینڈرو کو دیوار پر ٹانگے اور کھارے میں ہدایت ملتی ہے۔

آئی لیٹنگ (Eyeletting): اس عمل کے دوران ایک چسپدہ بردار آئی لیٹ (جیسا کہ جڑے میں ہوتا ہے) لگایا جاتا ہے۔ اس کے ذریعہ ڈوری ڈال کر بندھائی کی جاتی ہے۔ آئی لیٹ کے سبب کارڈسوراخ پر سے کٹا پھٹا نہیں ہے۔ آئی لیٹ کلرنگوں میں دستیاب ہو جاتے ہیں۔

کونے گول کر دینا (Round Cornering): کتابوں اور ڈائریوں پر جلد چڑھانے سے قبل سلائی کی جانے والے سروں کے کونوں کو گولائی میں موزن دیا جاتا ہے۔

”پرنٹ فینشنگ“ میں مختلف قسم کی کاروائیوں کو شامل کیا جاسکتا ہے جیسے وارنش کرنا (Varnishing)، گرین چنگ (Grain Punching) اور کتاب کو خوش و مضاعف انداز میں پیش کرنے کے لیے کاغذات کی چھپائی عمل کر لینے کے بعد جلد بندی کرنا وغیرہ۔



جہاں تک پیغام رسانی کا تعلق ہے تو یہ کام صرف ایک ہی پرنٹنگ پرس سے بھی پایہ تکمیل کو پہنچ سکتا ہے لیکن ڈیزائنر مرنی اثر (Visual Appeal) کو زیادہ موثر بنانے کے لیے کچھ اور کاروائیاں انجام دینا بھی ضروری سمجھ سکتا ہے جیسے وہ اس میں پمک دیک (Gloss)، کشش اور دلربائی (Glamour)، گہرائی اور لطافت (Richness)، ایک خاص حرامی کیفیت (Mood)، صداقت (Authenticity) وغیرہ جیسی باتوں کو بھی شامل کرتا چاہ سکتا ہے۔ اس طرح ”پرنٹ فینشنگ“ کی معنویت اور بھی بڑھ جاتی ہے۔ اس لیے جلد سازی کرانے سے قبل مطبوعہ اور ارق کو کسی خاص فنشنگ شاپ (Finishing Shop) کو بھیجا جانی چاہئے۔

طاعت کی اصل کاروائی کرنے سے قبل پرنٹنگ پرس سے علاوہ پرنٹ فینشنگ کو مندرجہ ذیل تین مراحل میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(1) وارنش کرنا، ورق دار (Lamination)، گریننگ (Graining) وغیرہ۔

(2) چٹک (Punching)، چھدائی (Perforation)، چھن ڈالنا (Creasing) وغیرہ۔

(3) جلد سازی (Binding)۔

مذکورہ بالا تمام کام عام طور پر مشینوں کے ذریعہ انجام دیے جاتے

کیے بغیر سیل اور فیلیمل سانچوں کے ذریعہ (دھات پر کی جانے والی کندہ کاری Engraving) چھپے اٹارے جاتے ہیں تو اس کاروائی یا پروسس کو بلاسٹ ایبوسنگ کہتے ہیں۔ ایسے فیلیمل کا بیٹھ ایک مثبت اور ایک منفی پہلو ضرور ہوتا ہے۔ اب اس کا ارادہ ارادہ شست کی مرضی پر ہے کہ وہ دونوں میں سے کسی پہلو کے اثر کو مثبت انداز میں اجاگر کرنا اور پھر اسی کے مطابق آرٹ ورک تیار کرنا چاہتا ہے۔

فیلیمل کی ڈائی گہری کھدی ہوئی (Deep Engraved) ہوتی ہے اور ایک فیلیمل (ڈائی) کے طور پر کام کرتی ہے جبکہ اس سے مشین پر جو پلاسٹک آف سٹرس (Plaster of Paris) کا سانچہ ڈھالا جاتا ہے وہ سیل (Male) کے طور پر کام انجام دیتا ہے۔ ان کے نیچے دباؤ (Pressure) کے تحت جو بھی کاغذ گزر رہا ہے اس پر بے روشنائی والے (بلاسٹ) سانچہ کا نقشہ اتر آتا ہے۔ فیلیمل کی مزید عمل دوسرے کاردار کردہ کار (Engraver) کے ذریعہ مائے جانے والے مزین سانچہ (Dye) پر ہوتا ہے۔

ہاتھ سے مائے جانے والے سخت قسم کے کاغذوں، کارڈوں اور دیگر سخت کاغذات پر سب سے بہتر اثرات مرتب ہوتے ہیں۔ کوئی برادر کاغذوں پر بلاسٹ ایبوسنگ کا مشورہ ہرگز نہیں دیا جاتا کیونکہ ان کاغذوں پر جب دباؤ (Pressure) پڑتا ہے تو ان پر موجود کوئی ٹھیک جاتی ہے۔

جلی حروف اور ڈرائنگ کی طباعت کرنے اور ان میں مثبت کاری (Relief) کا اضافہ کرنے کی دیگر کاروائیاں بلاسٹ ایبوسنگ پر مشتمل ہو سکتا ہے۔ ڈائی یا سانچہ میں پین پانکٹر رجسٹر (Pin Point Register) موجود ہونا چاہیے۔ اس کے لیے ضروری ہے کہ اسے اسی نیگٹو (Negative) سے بنایا جائے جس سے ایگریجنگ بنائی گئی ہے۔

فول اسٹمپنگ (Foil Stamping): خصوصی قسم کے کاغذ پر دھات کے ورق چپکے ہوئے اور پلنڈوں (Rolls) کی شکل میں لپٹے ہوئے ہوتے ہیں، حرارت اور دباؤ کے اثر سے یہ ورق کاغذ (پلاسٹک، چمڑے اور کپڑے وغیرہ پر بھی) پر منتقل ہو جاتے ہیں۔ یہ منتقلی گرم سانچہ کی کندہ سطح (Engraved Surface) کے مطابق ہوتی ہے۔ اگر ڈائی (سانچہ) کو مثبت کاری کے لیے کندہ کیا گیا ہو تو اس سے اترنے والا نقشہ بھی ابھرواں (Relief) یا ایبوس شدہ

گلا کاغذ (Spine) کو چھوڑ کر کتاب کی تینوں اطراف پانی میں گھسے ہوئے رنگ اسپرے کر دیا جاتا ہے یا پھر کسی چپکے والے مادہ کی مدد سے بہت سی زمین ورق چپکا دیا جاتا ہے۔

انزروشن (Insertion)، لیبلنگ (Labelling)، ٹگ (Tagging):
لفافے بھرے، لیبل اور ڈاک ٹکٹ چسپاں کرنے، ٹگ لگانے، ربن بوز (Ribbon Bows) بٹھا کرانے، رتھن اور پیاں ڈالنے وغیرہ سے مستفید کچھ ایسے کام اور خدمات بھی ہوتی ہیں جنہیں زیادہ تر پرنٹر فراہم کرتے ہیں۔

ٹپنگ (Tipping): کسی ایک کنارے پر گوند کی ایک جلی کی لکیر کے ذریعہ کسی مطلوبہ تصویر (نئے اکثر پلٹ (Plate) بھی کہا جاتا ہے) کو الگ سے چپکانے کے کام کو ٹپنگ کہتے ہیں۔ آرٹ کی کتابوں میں اکثر اس قسم کی چسپاں ٹپنگیں موجود ہوتی ہیں۔

چار اہم کاروائیوں کے علاوہ جانی جانے والی طباعتی کاروائیاں

(Printing Processes, Other Than the Main Four)

طباعت کا زیادہ تر کام لیٹر پریس یا آفیسٹ پریس سے ہوتا ہے۔ گمرے دہرے کے لیے بہت لمبے رن (Runs) کی ضروری ہوتی ہے؛ عموماً بہت زیادہ تصویر بردار میگزینوں کی چھپائی میں اس کا استعمال کیا جاتا ہے۔ سک اسکرین کا استعمال چھوٹے رنوں کے لیے کیا جاتا ہے اور اس میں ہاف ٹون (Halftones) سے مراد سیٹ فیش فیلیمل (Mat Finish Impressions) کی ضرورت پڑتی ہے۔ مذکورہ بالا کاروائیوں کے علاوہ بہت سی خصوصی قسم کی مرئی اہل (Visual Appeal) پیدا کرنے کے لیے کچھ اور پرنٹنگ کاروائیاں بھی کی جاتی ہیں جیسے ابھرواں حروف (Raised Letters)، طلائی یا سنہرا ورق چمڑے ہوئے حروف (Letter in Gold Foil)، منلی سطح (Velvet Surface) وغیرہ۔ ان میں سے چند کاروائیوں (Processes) کو ذیل میں بیان کیا گیا ہے:

بلاسٹ ایبوسنگ (Blind Embossing): جب روشنائی یا ورق استعمال

تھرموگرافک پرنٹنگ (Thermographic Printing)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں تازہ تازہ مطبوعہ لیٹر پریس کی چھپائی کے روشنائی بردار حصہ پر ایک قسم کا پاؤڈر چھڑکا جاتا ہے۔ پھر اسے پکانے کے لیے ایک پوے (Oven) میں سے گزرتے ہیں، فوراً ہی یہ پاؤڈر خشک ہو کر اوپر کو ابلھر آتا ہے اور اس طرح تصویر کا کافی اونچا نقش (Relief) بن جاتا ہے۔ یہ خشک میں غوس علاقوں (Solid Areas) کے لیے اس طریقہ (Process) کو اختیار کرنے کا مشورہ اس لیے نہیں دیا جاسکتا کہ اس قسم کی چھپائی سے وہ علاقہ ہموار دکھائی دینے کے بجائے دھبے دار (Mottled) دکھائی دینے لگتا ہے۔ پچھلے کاغذ کی سطح پر کافی عمدہ نتائج برآمد ہوتے ہیں۔ اس پروسس کے لیے کراس ہچنگ (Cross Hatching) قسم کی مہین لائنیں بنانے کا مشورہ نہیں دیا جاسکتا۔

DATE _____
BILL NO **1234**
SALES CODE _____

مندرجہ بالا آؤٹ کے لیے دو مرتبہ چھپائی کرنی ہوگی کیونکہ نمبر ڈالنے والی مشین کی بڑی ٹاپ کمپوز میں ذیل کی طرح منسلک نہیں کی جاسکتی۔

DATE _____
BILL NO **1234**
SALES CODE _____

فلکسوگرافی (Flexography)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں مثبت کاری والی خدمت کنندہ کاریوں اور ٹائپوں کے بجائے ربر کی پلیٹوں سے کی جاتی ہے تاہم پائپر

(Embossed) ہوتا ہے۔ اسی لیے مشین میں گزارنے سے قبل اس کام کے لیے استعمال میں آنے والے میل (Male) کو پائپر آف پریس سے تیار کیا جاتا ہے۔ بہر حال یہ کام کسی بھی طرح کیوں نہ کیا جائے مطبوعہ کام کا حروف کو کچھ کر ایسا محسوس ہوتا ہے جیسے انھیں واقعی سونے یا چاندی میں اعلیٰ دیا گیا ہو۔ ان کی مشین ہوشکرت دیکھ کر قاری (Reader) حیر زدہ رہ جاتا ہے۔ اس کام کے لیے ہر وہ کاغذ اور گتہ بہرہ جتا ہے جو دباؤ برداشت کر سکتا ہو۔ ہارڈ کاغذوں پر مثبت کاری کے اثرات مرتب کرنے کے لیے ایگریوٹک کی گہرائی بہت زیادہ نہ ہونی چاہیے۔

ڈائی پرنٹنگ (Dye Printing)

یہ ایگریوٹک کے خلی حصہ (Recess) یا جوف سے کی جانے والی طبعیت ہوتی ہے۔ خلی حصہ یا جوف کا مطلب ہے گہرے وچر نلی گرڈ (Gravure Minus Grid)۔ عام طور پر ایگریوٹک ایک اسٹیل کی ڈائی (سانچہ) ہوتی ہے۔ اس میں استعمال کی جانے والی روشنائی تو تھ پیٹ کی مانند گاڑی ہوتی ہے۔ دائرہ بلینڈ سوپ (Wiper Blade Sweeps) ڈائی کی سطح کو اس انداز میں صاف کرتے رہتے ہیں کہ روشنائی صرف جوف یا خلا (Recess) میں ہی باقی رہ پاتی ہے۔ بعد میں جب ڈائی کی سطح پر کاغذ رکھ کر دباؤ ڈالا جاتا ہے تو کاغذ صرف روشنائی ہی جذب کر پاتا ہے۔ نتیجتاً روشنائی کا ایک جلی ٹھیک کاغذ پر آتا ہے۔ اگر اس طریقہ سے باوقار نشانات / علامات (Prestigious Emblems)، کوٹ آف آرمس (Coat of Arms)، دفتر سے متعلق یا ذاتی اسٹیجری، کتابوں کے کور (Cover)، گریٹنگ کارڈ وغیرہ چھاپے جائیں تو یہ بڑی مرحوب کن ہوتی ہے۔ تاہم طبعیت کا یہ سب سے سست رو طریقہ ہے اور اسی لیے بہت مہنگا بھی پڑتا ہے۔ روشنائی کی تہہ کی موٹائی کے مد نظر اس قسم کی طبعیت کو سیکھنے میں ایک سے تین دن تک لگتے ہیں۔ اس کے باوجود بھی ان مطبوعہ کاغذات کے رکھ رکھاؤ کے معاملہ میں بڑی ہوشیاری برتنی پڑتی ہے۔ چھپائی کے لیے ہر قسم کا کاغذ موزوں رہتا ہے۔ پہلے یہ کام صرف اٹھ سے کیا جاتا تھا مگر اب مشینوں سے بھی ہونے لگا ہے۔

کی مدد سے کفایتی انداز میں خطوط کھینچے جاسکتے ہیں (ملاحظہ کیجیے ٹائپ اور حروف ساز)۔ اس میں ہوشیاری سے ٹیک ریڈی (Makeready) سے کام لیا جاتا ہے جیسے ڈائریاں، طلبی کارڈیاں، مختلف قسم کے اکاؤنٹ بکس وغیرہ۔

فلوکلنگ (Flocking)

۱۔ اس عمل کے ذریعہ گیلیسک اسکرین چھپائی پر غلوک فائبر (Flock Fibers) جمع کر دیے جاتے ہیں جس سے عملی نقش پیدا ہو جاتی ہے۔ ان ریشوں کو ڈیجریکٹ عمل میں استادمحال (Standing) جمع کرنے کے لیے برقی سکونی میدان (Static Electric Field) درکار ہوتا ہے۔ غلوک دسیوں قسم کے رنگوں میں دستیاب ہو جاتا ہے۔ غلوکلنگ کے بعد مین ٹائپ اور سطریں اپنا رنگ روپا نہیں (یعنی دھم پڑ جاتی ہیں)۔ یہ پروسس جلی اور چوڑے علاقوں کے لیے ہی بھروسہ رہتی ہے۔

وارنیشنگ (Varnishing)

مشین مطبوعہ صفحات پر صاف شفاف وارنش کی مین پرت پرت دتی ہے۔ اس طرح ایک طرف کاغذ کی لمبی سے حفاظت ہو جاتی ہے وہیں دوسری جانب اس پر چمک بھی پیدا ہو جاتی ہے اور کاغذ مضبوط ہو جاتا ہے۔ کچھ اشتہارات کے لیے یہ ایک دل پسند خصوصیت قرار دی جاتی ہے۔ ایک مخند میں 150 صفحات پر وارنش پھیری جاسکتی ہے مگر انھیں سوکھنے میں تقریباً 36 گھنٹے لگتے ہیں۔ کتابوں کے کوروں (Covers) کے علاوہ اردوئی صفحات پر بھی وارنش پوتی جاسکتی ہے بشرطیکہ یہ کوئٹڈ کاغذ (Coated Papers) ہوں۔ البتہ کوئٹڈ کاغذوں (Incoated) پر وارنش نہیں پوتی جاسکتی۔ ترویجی ادب کا زیادہ تر مہتمم کام اسی طرح تیار کیا جاتا ہے یعنی اس پر وارنش ضرور پوتی جاتی ہے۔

لمینییشن (Lamination)

لمپ باؤنڈ بکس (Limp Bound Books)، عجبہ بکس (Paper Backs)، رکارڈ جیکٹس (Record Jackets) اور بچوں کی کتابوں پر عموماً ایک شفاف ایسی صیف فلم (Transparent Acetate Film) چڑھا دی جاتی ہے۔ اس طرح وارنیشنگ کے مقابلہ میں زیادہ حفاظت ہو جاتی ہے اور اس قسم

آف جیس کے اپنے سانچے تیار کرنے کے لیے ٹائپ سیٹنگ اور ایگریجنگ بنانے ہی ہوتے ہیں جن سے ربر یا پلاسٹک کی ٹینٹیں ڈھال جاتی ہیں۔ یہ طریقہ صرف پانی تختیں، بچہ کارٹن (Paper Cartons)، پیکنگ بچہ کے پلندوں (Rolls) وغیرہ پر جلی حروف میں لیبل کی چھپائی کرنے کے لیے ٹھیک رہتا ہے۔ ربر کی نرمی کے سبب پرنٹرز بشپین کے امکانات ختم ہو جاتے ہیں۔ عام طور پر یہ مشینیں روٹیری ٹائپ (Rotary Type) کی ہوتی ہیں۔ ان سے ایک مخند میں 15000 صفحات کی چھپائی کی جاسکتی ہے۔

نمبر ڈالنا (Numbring)

گنتوں اور کچھ امیشری سے تعلق رکھنے والی چیزوں جیسے چھکوں (Invoices)، رسیدوں (Receipts) وغیرہ پر سلسلہ وار نمبر ڈالنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ نمبرنگ مشین ایک چھوٹی سی ایسی میکانیکی ترکیب ہوتی ہے جسے ہاتھ کے ذریعہ استعمال کیا جاتا ہے یا پھر اسے لیٹر پریس فرسے سے منسلک کر دیا جاتا ہے۔ یہ مشین مسلسل انداز میں چھپائی کے ساتھ ساتھ نمبر بھی ذاتی جلی جاتی ہے۔ ہاتھ سے استعمال کرنے پر اس بات کی توقع نہیں کی جاسکتی کہ تمام کارڈوں پر ٹھیک ایک خاص مقام پر ہی نمبر پڑیں گے۔ مشین سے مطابقت کرنے کے عمل کے دوران نمبر کے ارد گرد مشین کی بناوٹ کے سبب ایک خاص جگہ خالی چھوڑنی پڑتی ہے۔ اگر لے آؤٹ میں ایسی کوئی جگہ موجود نہ ہو تو نمبر ڈالنے کا عمل دوسری مرتبہ کی چھپائی کے دوران ہی واقع ہو گا اور ایسی حالت میں اسے (نمبر کو) کسی دوسرے رنگ سے بھی چھپایا جاسکتا ہے۔

سطریں ڈالنا (Ruling)

اس عمل سے عرواں پر ایک اور درمیانہ موٹائی کی متوازی لائنیں (خطوط) کھینچنے۔ یہ کام مخصوص روٹنگ مشین سے کیا جاتا ہے۔ اس مشین میں خصوصی فاروں سے پانی میں مکمل ہوئی روشنائی قلموں (Pens) یا ایسی ڈسکوں (Discs) کے ذریعہ فراہم کرائی جاتی ہے جن کے درمیان مسادی فاصلہ ہوتا ہے اور جو ایک ہی صف میں نصب ہوتے ہیں۔ اگر ایک دوسرے کو قطع کرتی ہوئی لائنیں کھینچتی ہوں تو کاغذ کو مشین سے دوسرے نکالا جاتا ہے۔ اس طرح کاغذ کے بڑے بڑے صفحات پر کمپوز شدہ حروف (Composed Rules)

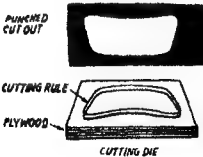
میں یہ 60 cm لمبائی کی لائن ڈال سکتی ہے اور ایک وقت 6 اوراتی میں پمید کر سکتی ہے۔ اوراتی کی تعداد کا انحصار دراصل کاغذ کی موٹائی پر ہوتا ہے۔

پرنٹنگ کے دوران بھی ایک اور طرح سے اسی قسم کے سوراخ بنائے جاسکتے ہیں، مگر یہ کام صرف لیٹر پریس کے ذریعہ ہی کیا جاسکتا ہے۔ اس کام کے لیے مطلوبہ لائن کے مطابق ٹائپ ہائٹ (Type Height) سے کچھ اونچا ڈیش رول (Dash Rule) استعمال کیا جاتا ہے۔

آفس امیشنری کے علاوہ ہر قسم کے کٹلوں کے لیے چھدائی کی ضرورت پڑتی ہے۔

چمک (Punching): مطبوعہ کاغذ یا کارڈ کے غیر مطلوبہ حصہ کو کاٹ دینے کو چمک سے موسوم کیا جاتا ہے۔ لفافوں اور کتے وغیرہ کے ڈس (Cartons) کی چمک عموماً غیر مطبوعہ اشاک کی شکل میں بھی کی جاتی ہے۔ پیکیجنگ کارخانوں (Packaging Industries) میں چمک کا استعمال سب سے زیادہ کیا جاتا ہے۔ پائسٹ آف پرچر (Point of Purchase) اور ڈائریکٹ میل (Direct Mail) سے متعلقہ اشیاء کے لیے اکثر مطلوبہ ڈیزائن میں چمک، درکار ہوتی ہے۔ پاپ آؤٹ (Pop Out) اثرات کے پیش نظر بچوں کی کچھ کتابوں اور گریٹنگ کارڈوں میں بھی کچھ بچ شدہ صفحات موجود ہوتے ہیں۔

سادہ چھوٹیری کی شکلوں والے بچہ اسٹیل کی دھار دار خصوصی پیوں کی مدد سے کپڑے تیار کر دیتا ہے۔ بے ترتیب لائنوں پر کاغذ وغیرہ



تراشنے کے لیے مذکورہ بالا شکل کی ڈائی استعمال کیا جاتا ہے۔ ڈھبے ہوئے اسٹیل کے بچہ درپا ہوتے ہیں۔ ان سے کاغذوں کے ڈھیر کو بچہ کی جاسکتا ہے۔ یہ اسٹیل رول ڈائی کی شکل میں قریب قریب لگے ہوتے ہیں اور ان سے ورق در ورق بچہ ہوتا رہتا ہے۔

کا سامان نمی وغیرہ سے فرسودہ نہیں ہو پاتا اور چمک دمک میں بھی اضافہ ہو جاتا ہے۔ جس کام پر لمبی ٹیشن استعمال کیا جاتا ہے اس کی خوبصورتی اور جاذبیت میں بھی اضافہ ہو جاتا ہے کیونکہ جمالیاتی حس کا اس سے ایک خاص تعلق ہوتا ہے۔

گریٹنگ (Graining)

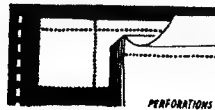
اس عمل کے ذریعہ مطبوعہ صفحات پر دباؤ ڈال کر ان کی ہائٹ کے کمرے پچان میں اضافہ کیا جاتا ہے۔ مطلوبہ گرین ڈالنے کے لیے دباؤ ڈال کر گریٹنگ کو متاثر کرنے والے میل ٹیمبل رولر کے جوڑے کو لوٹا پر لٹا پڑتا ہے۔ کچھ مقبول عام گرینیں ہیں: سینڈ گرین (Sand Grain)، لینن لینش (Linen Finish)، کراس چمک (Cross Hatching)، حصین لائن (Thin Lines)۔ گریٹنگ سے کاغذ لپ (Limp) اور کم سخت ہو جاتا ہے۔



شکارڈ (Show Card) کی پشت پر ایک ایڑیل (Easul)

چھدائی اور چمک (Perforation and Punching)

چھیدوں کی گھر (Perforation): یہ کاغذ میں بے ہونے نئے نئے سوراخوں (Dot Holes) کی ایک سیدھی لائن ہوتی ہے۔ اس سے کاغذ کو مطلوبہ انداز میں پھاڑنے میں مدد ملتی ہے جیسا کہ کشن میو میں سے رسید پھاڑی جاتی ہے۔ اسی طرح ڈاک کٹلوں کے سروں پر بھی اسی قسم کے سوراخ بے ہونے ہوتے ہیں۔



پرفوریشن مشین پاؤں سے چلائی جانے والی ہوتی ہے۔ ایک وقت

پرنٹ فینشنگ (Print Finishing)

● مخصوص قسم کی اسکورنگ مشین کے اسکورنگ ویل (Scoring Wheel)

سے نشان ڈالا جاسکتا ہے یا

● ڈائی اور کاؤنٹر آرینجمنٹ (Dye and Counter Arrangement) سے کام لیا جاسکتا ہے۔ عموماً ہوتا ہے کہ موڈ (Fold) کے اندر کی طرف واڑ ڈالا جاتا ہے۔

ترک لگانا اور جمع کرنا (Collating and Gathering)

ایشیٹری کے اندراجات (Items of Stationery) کے لیے

جیسے دو-دو یا تین-تین کا پیاں ایک جگہ رکھنا۔ واحد اوراق (Single Sheets) کو ایک جگہ جمع کرنے کو ترک لگانا (Collating) کہتے ہیں۔ اسی طرح کتاب بنانے کے لیے سٹیچر دوں (Signatures) کو ایک جگہ جما کر رکھنے کو جمع کرنا (Gathering) کہتے ہیں۔ ابھی تک یہ کام آدمی ہی انجام دیتے ہیں۔

ٹاکٹا / سیتھ سلائی اور جلد ہاندھنا

(Stitching, Sewing and Binding)

ذیل میں کسی کتاب آتا ہے کہ جلد بندھنے کے پانچ مختلف طریقے اور ان کی خوبیاں اور خامیاں بیان کی گئی ہیں۔

(1) مرکزی سلائی (Center Stitching)

64 صفحات تک کے واحد باب (Single Section) کو کچ کے حصہ پر اچھا (Stitch) کیا جاسکتا ہے۔ ایسا کرنے کے لیے تمام صفحات کو مرکزی حصہ یا اسپائن (Spine) پر جمع کر کے لیمپ کور (Limp Cover) کے سرلوہا تو سیڈل وائر اسٹیپلنگ مشین (Saddle Wire Stapling Machine) کے ذریعہ تار سے بندش کر دی جاتی ہے یا پھر ہاتھ سے سوئی دھانکے کی مدد سے سبھا کر دیا جاتا ہے۔ اچھک کے بعد تینوں طرف کے اضافی کاغذ کو تراش دیا جاتا ہے۔

جلد بندی کے طریقے (Binding Processes)

جب پیغام کا متن منتخب فرسے کے ایک فولڈر کی نمائش سے زیادہ ہو جاتا ہے تو اسے کئی فولڈروں میں تقسیم کر دیا جاتا ہے اور پھر انہیں صفائی نمبروں کے مطابق ترتیب وار مرتب کر کے ہمیشہ ہمیش کے لیے ایک جگہ جمع کر دیا جاتا ہے یا الفاظ دیکرا انہیں جلد بند کر کے کتابی شکل عطا کر دی جاتی ہے۔ طبع شدہ (Printed) فرسے سے لے کر جلد بندی کے آخری شکل عطا کرنے تک مندرجہ ذیل کام انجام دیے جاتے ہیں:

مڑائی (Folding)

سلائی کرنے اور تین اطراف سے تراشنے سے قبل چھپے ہوئے کاغذات کو ہاتھ یا مشین کے ذریعہ مڑایا جاتا ہے (اگر کاغذ زیادہ ہوں تو پھر یہ مڑائی کام مشین کے ذریعہ انجام دیا جاتا ہے)۔ فرسے پر صف بندی (صفحات کے نمبر ڈالنے کا کام) ہو شیار سے فولڈنگ ترتیب (Folding Scheme) کو مد نظر رکھ کر کی جاتی ہے۔

جب اوراق کو کاغذ کے گرین (Grain) کے ساتھ ساتھ مڑ کر کتاب تیار کی جاتی ہے تو یہ کتاب ساٹ انداز (Flat) میں نکلا کرتی ہے۔ جب طبع شدہ کاغذ کے مڑے ہوئے اوراق کتاب کی شکل میں سلائی کے لیے تیار ہو جاتے ہیں تو اس کتاب کو سٹیچر (Signature) کہا جاتا ہے۔

کریننگ (اسکورنگ) (Creasing (Scoring)

موٹے کاغذ یا کارڈ پر مڑائی کے مطلوبہ خط پر چھن (Crease) ڈالنی پڑتی ہے کیونکہ ہاتھ سے کی جانے والی مڑائی محدود ہوتی ہے اور ایسا محسوس ہوتا ہے جیسے اس میں سے ریشے باہر بھاگ رہے ہوں۔

● کریننگ رول (Creasing Rule) کی مدد سے روشتائی پر خشک رن (Printing Run) سے پلائن (Platen) پر دبا ڈالا جاسکتا ہے یا

• ملحقہ رقبہ سے متعلقہ فیصلہ کو مد نظر رکھتے ہوئے ذیل انٹر کو مناسب حد تک
چھوڑ دینا چاہیے (حاشیہ سے مراد وہ جگہ جسے اسپائن کی طرف چھوڑ دیا
جاتا ہے)۔

• صفحات پوری طرح نہیں کھل پاتے۔

• اسپائن جلد کی چوٹی جگہ ہوتی ہے۔ اس پر اکثر کتاب اور مصنف کا نام کندہ کیا
جاتا ہے۔

• اگر اسٹیکنگ کا تار ٹھیک طرح سے بچو ست نہ ہو پائے تو اس سے نقصان پہنچ
سکتا ہے۔

• طبع شدہ صفحات کو بعد میں بالکل آخری لحاظ میں بھی شامل کیا جاسکتا
ہے۔ اسی لیے سو وینرس (Souvenirs) اور دیگر قلیل مدتی لٹریچر کو جمع
کر لینے کے بعد ان صفحات کو اشتہارات بازی کے حصوں میں فوری تدبیر
جاتی ہے۔

(3) سیکھی سلائی (Section Stitching)

سب سے بہتر طریقہ یہ ہوتا ہے کہ مختلف سیکشنوں (جزوں) کو مرتبہ
پر سے سی کر انھیں کتاب کی شکل عطا کر دی جائے۔ یہ کام مشینوں سے بھی
انجام دیا جاسکتا ہے اور ہاتھ سے بھی۔

جہاں تک کور (Cover) کا تعلق ہے یہ لمپ (Limp)، کارڈ
(Card) یا پائیا کور بھی ہو سکتا ہے جس پر اسپائن کی چوڑائی کے لیے پہلے
سی کی چین یا نشان (Crease) چڑا ہوا ہو یا پھر یہ اسٹرابورڈ
(Strawboard) کے ایسے ٹکڑے بھی ہو سکتے ہیں جن پر مناسب قسم
کا ہارڈنگ لگا کر چڑھا ہوا ہو۔ اس ہارڈنگ کا تھ کو ہارڈ کور (Hard
Cover) ہارڈنگ کیس بھی کہتے ہیں۔ اسے سرے کے کاغذوں یا اینڈ

بچہ (End Papers) کی مدد سے کتاب سے چسپاں کر دیا جاتا ہے۔ ہر
ایک سرے پر دو چلا بیچ فولڈر (Page Folders) چسپاں کیے
جاتے ہیں۔ ان میں سے ایک صفحہ تو کیس سے چسپاں کر دیا جاتا ہے اور
دوسرا صفحہ کتاب سے ملا کر سی دیا جاتا ہے۔



• جیسے جیسے صفحات کی تعداد بڑھتی جاتی ہے ویسے ویسے ہی اسپائن (Spine)
گولائی میں موڑا ہوتا چلا جاتا ہے۔

• صفحات پوری طرح کھلنے ہیں۔

• نہایت سرعت سے جلد بندی کی جاسکتی ہے۔

• صفحات میں اضافہ یا تخفیف کرنی ہو تو یہ کام 4-4 کے اضافہ

(Multiples) میں کیا جاتا ہے۔

• اگر کتاب کے آدھے نصف حصہ میں رنگین صفحات کا استعمال کیا جاتا ہو تو ان
کے باقی نصف حصوں (صفحوں) کے حصوں میں یہ جانچ پڑتال کرنی چاہئے
کہ آپائن میں جن صفحات کا تذکرہ کیا گیا ہے وہ صحیح ہیں یا نہیں۔

(2) پہلو سے کی جانے والی سلائی (Side Stitching)

• اس طریقہ میں ابواب (Sections) یا ادوار کی ایک انچ تک موٹی تھ
کو کسی تار یا دھاتے کی مدد سے پہلو کی جانب سے اسٹیک کر دی جاتی ہے اور
ٹاکوں (Stitches) کے بعد سے پین کو چھپانے کے لیے اس پر کور (Cover)
مڑا دیا جاتا ہے (یہ کام کریڈٹ کے بعد یعنی یا سرسین (Glue) وغیرہ سے
انجام دیا جاتا ہے)۔

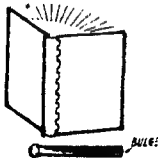




- یہ جلد بندی مضبوط نہیں کی جاسکتی کیونکہ ذرا سا بھی زور لگا کر صفحہ کو کھینچ جائے تو وہ کتاب سے باہر نکل آتا ہے۔
- کچھ عرصہ بعد موسمی تغیرات کے جب گوشت بھر بھرا ہو جاتا ہے اور جھرنے لگتا ہے۔
- اس کی سفارش گھیل دتی لٹریچر کے لیے ہی کی جاتی ہے جیسے بیک (Paper Backs)، میگزین (Magazines)، ملیٹون ڈائریکٹریوں (Telephone Directories) وغیرہ۔
- یہ ایک ایسا طریقہ ہے جسے اقتدار کے مونی مونی کتابوں کی جلد بندی جلدی اور سستے داموں پر کی جاسکتی ہے۔

(5) ڈھیلے اور ہلکی جلد بندی (Loose Leaf Binding)

ایک جگہ جمع شدہ سٹیکروں (Signatures) کو چاروں طرف سے تراش کر صفحہ کے سائز کے مطابق کاٹ لیا جاتا ہے۔ جلد بندی دہلی سمت میں ڈا توگول سوراخ کر لیے جاتے ہیں اور پھر ان میں اسبرنگ لٹا دیا جاتا ہے۔ یہ جلد بندی جاتی ہے یا پھر بے لیے جبری لٹا سوراخ کر کے اس میں کٹکے نما پلاسٹک کے



- یہ جلد سے خوبصورت، سب سے مضبوط اور سب سے مہلکی ہوتی ہے۔
- اس کے صفحات پورے طور پر کھلتے ہیں۔
- ایک سیکشن میں صفحات کی تعداد یکساں (12 یا 16) ہوتی ہے۔ کتاب میں موجود کم صفحات والے سیکشنز کو کتاب کے دونوں میں سے کسی بھی سرے پر بند رکھنا چاہیے۔
- کاغذ بتنا پھین اور کم سخت ہوگا سیکشن تیار کرنے کے لیے اتنے ہی زیادہ کاغذوں کی ضرورت پڑے گی۔
- کاغذوں میں کی بیشی صرف 4 کے اضافہ (Multiples) میں ہی کی جاسکتی ہے۔

● پوری طرح پکڑا چمے ہوئے کس پر کو کٹ لٹر (Quilt Letters) یا ڈیپسڈ امپریشن (Embossed Impression) ڈالے جاسکتے ہیں۔ لامبر بری ایڈیشن عام طور پر ہارڈ باؤنڈ (Hard Bound) ہوتے ہیں اور گھیل دتی لٹریچر لیمپ باؤنڈ (Limp Bound) ہوتا ہے۔

(4) کامل جلد بندی (Perfect Binding)

جلد بندی کے اس طریقہ میں ایک خاص قسم کے گوشت (Adhesive) کا استعمال کیا جاتا ہے۔ پہلے کتاب کے صفحات کو نکھایا جاتا ہے اور پھر جدھر کی سلائی کی جاتی ہے (یعنی Spine) اس طرف کے حصہ کو بھی تراشا اور کھدرا دیا جاتا ہے تاکہ گوشت کے ساتھ اس حصہ کی پکڑ مضبوط ہو جائے۔ یہ گوشت بھی کبھی بہت زیادہ سختی اختیار نہیں کرتا اور کتاب تقریباً پوری طرح کھلا کرتی ہے۔ کچھ گوشت عام طور پر کر دیا بھی جکڑے رہتا ہے (کور عام طور پر لیمپ ہوتا ہے)۔

کھڑے پیسٹ کر دیے جاتے ہیں جیسا کہ پچھلے صفحہ کی تصویر میں دکھایا گیا ہے۔

● پلاسٹک اور اس کا رنگ ہمارے مہدی کی شبیہ (Image) کا ایک حصہ بن چکے ہیں۔

● کتاب کسی بھی صفحہ پر 360° کے زاویہ پر کھولی جاسکتی ہے۔ ڈائریجوں، ایلوں اور حوالہ جاتی کتب کے لیے نہایت عمدہ۔

● جلد بندی کے بمقابلہ یہ کام زیادہ مضبوط ثابت نہیں ہوتا۔

● چند برسوں بعد پلاسٹک کا سامان بھر بھرا ہو جا رہا ہے اور پھر پلاسٹک جھرنے لگتی ہے۔

● جلد بندی کی سامنے دہلی بستی اوپری سطح درمیان میں سے پھول جاتی ہے اور پھر آٹور بھیل کر یڑھ جاتا ہے یا بھرا سی طرح ابھرا رہتا ہے۔

کوئی پرغز آپ کے کام کو کتنی جلد انجام دے سکتا ہے؟

یہ اس بات پر منحصر ہے کہ کام کی منصوبہ بندی (لے آؤٹ، ڈی) کتنی عمدگی سے کی گئی ہے اور یہ کہ آیا پرغز کو واضح اور مکمل ہدایات (مارک اپ، پلانہ بندی، رنگوں کی تقسیم وغیرہ) مختلف ضروری سامان (کاغذ اور تصاویر) فراہم کر دی گئی ہیں یا نہیں اور ان ہدایات مختلف ضروری سامان کی بنا پر وہ اپنا کام ٹھیک طور پر انجام دے رہا ہے یا نہیں۔ آپ کے کام کو انجام تک پہنچانے میں مندرجہ ذیل باتیں اثر انداز ہو سکتی ہیں:

(1) ٹائپ شیٹ کی مدت ان باتوں پر منحصر ہے:

— پرنٹ شاپ کی صلاحیت اور کام میں آنے والے آلات کی کوالٹی اور رفتار۔

— مسودہ کتنی خوبصورتی سے ٹائپ کیا گیا ہے۔

— آیا ہدایت میں اس میں کسی قسم کی ترمیم تو نہیں کی جائے گی۔

— پائپ لائن (Pipe Line) میں دیگر کام کا رخ۔

(2) انجینئرنگ (پیٹ کی تیاری) کی مدت ان باتوں پر منحصر ہوتی ہے:

— کام میں لائے جانے والے آلات — یعنی پرنٹس، کیریا، الیکٹرانک

اسکینر (Electronic Scanner) — کی رفتار اور کوالٹی۔

— ورک شاپ کی کارکردگی اور صلاحیت۔

— پائپ لائن میں موجود دیگر کام۔

(3) ڈیلیوریٹاں کرنے کے کام میں کتنی صحت مندی (Accuracy) ہے؟

— کیا اس کا سائز صحیح ہے؟

— کیا جلد بندی ڈیزائن کے مطابق کی گئی ہے اور کیا صفحات پر نمبر ڈال دیے گئے ہیں؟

— کیا بنیادی لے آؤٹ مکڑ (کالم، حاشیہ، فوٹیو وغیرہ) صحیح صحیح کیپٹا گیا ہے؟

— کیا مختلف عناصر (مضامات، مضامین، تصاویر وغیرہ) واضح طور پر اور مناسب جگہ پر بھانے گئے ہیں اور کیا یہ کاغذی فٹنگ اور پلانہ بندی (Scaling) کے مطابق ہے؟

— کیا رنگوں کے حلقہ ٹھیک ٹھیک وضاحت کر دی گئی ہے یعنی یہ کہ روشنائی (کلر شیڈ، کوڈ نمبر، سینو ٹیکسٹور یا آرٹسٹ سے کلر پچ (Colour Patch) اور سلیڈ ٹنٹ (Solid Tint)، دوچون (Duotone)، ملٹی کلر (Multi Colour)، ہالٹ ٹون وغیرہ کی نشاندہی کر لی گئی ہے؟

— کیا ہائیڈر (Bleed Pictures) اور ٹنٹ (Tints) کی مناسب ہدایت حاصل کر لی گئی ہیں؟

— کیا لے آؤٹ میں کی جانے والی تبدیلیوں پر عمل کر لیا گیا ہے اور کیا اسی کے مطابق اور واضح لے آؤٹ تیار کر لی گئی ہے؟

— کیا کور صفحات (Cover Pages) کی لے آؤٹ تھمتی کر دی گئی ہے؟

(4) طاعت پر گئے والے وقت کا دلدردار ان باتوں پر ہوتا ہے:

— پرغز مشینوں کی اپیلڈ اور کوالٹی۔

— صفحات، کاپیوں، رنگوں اور دیگر خصوصی رنگوں (Special Runs) کی

تعداد جتنی زیادہ ہوتی ہے اسی کے مطابق کام کی تکمیل میں دقت بھی درکار ہوتا ہے۔

— ڈائل پرغز (Dye Printing)، بلاسٹ ایسٹنگ (Blind

جانے چاہئیں۔

— ہدوی مضمون مناسب انداز میں ٹائپ کیا ہوتا چاہیے۔

— (تجلیوں اور سلاو وغیرہ کے) باقاعدہ اندراجات فرد کی کاپی — جیت
فہرست مضامین، مضامین کے نام، شمارہ نمبر، تاریخ، ماہ، سال، ایڈیٹر
اور ناشر کے نام دہتے، سرورق سے متعلقہ معلومات وغیرہ — جن کو
بارگئی سے چیک کر لینا چاہیے۔

— اشتہارات کے لیے مختلف کاموں کے تحت ایک فہرست منسلک کر دینی
چاہیے جس میں ہائی، پروڈکٹ، اشتہار کے لیے مختص کی جانے والی
جگہ، رنگوں کی تعداد، خصوصی حیثیت (Special Position)،
لے آؤٹ کی کاپی بلاک یا اسٹیریو (Stereos) سے متعلقہ دیات
درج ہوں۔ کمپوزنگ سے متعلق بھی واضح دیات دی جانی چاہئیں۔
تصادف / تیشیلات (ڈرائنگ اور فوٹو گرافی) عمدہ طور پر تیار ہونی
چاہیے (دیکھیے پوری طرح تیار لے آؤٹ)، نمبر اور وار کاپی میں ان
کی جگہ مضمون کے قریب ترین فاصلہ پر ہی مختص ہونی چاہیے۔

— انھیں نہایت احتیاط سے دھر سے دھر لایا لے جایا جائے تاکہ ان پر
کسی قسم کا نشان یا خراش وغیرہ نہ پڑے۔ انھیں بھی بھی موزکر نہ
رکھا جانا چاہیے۔

— انھیں ایک مضبوط کور میں ٹھیک طرح سے محفوظ رکھنا چاہیے اور اس
میں مناسب پراسیسنگ دیات (Processing Instructions)
موجود ہونی چاہئیں (دیکھیے پوری طرح تیار لے آؤٹ)۔

— فوٹو گرافی چمک دار پرنٹ کی شکل میں ہونے چاہئیں۔ انھیں دھر
سے دھر لانے کے معاملہ میں احتیاط سے کام لینا چاہیے۔
بال پائٹ چین سے لکھنے سے گہرے نشانات پڑ جاتے ہیں جنھیں پروسیس
کیرہ پکڑ بھی سکتا ہے۔ اس لیے نرم پشیل یا چین کا استعمال کرتے ہوئے
ایک کونہ پر نرمی سے لکھنا چاہیے یا باہر ایک چھوٹی سی جھبکی (Label)
لگا دینی چاہیے۔ جکی معاملہ کلپوں (Clips) کے ساتھ بھی پیش آتا
ہے۔ وہ بھی نشانات چھوڑ جاتے ہیں۔ کلپوں کا استعمال کرتے وقت کار:

(Silk Screen Printing) سٹک اسکرین پر پٹنگ

جو نہایت رد عمل ہوتے ہیں، جیسے کچھ دھماکا م کاٹ۔

— آیا یہ کام (Job) خصوصی پراسیسنگ (Special Processing) کے
لیے کہیں ہر دلی دوکان پر بھیجا جاتا ہے۔

— میک ریڈی ٹائم (Makeready Time) جریبلر پرس ہلف ٹون
(Letterpress Halftones) کے لیے موم کا کاپی لیا ہوتا ہے۔

— کانڈ، پریٹنگ پروسس (Printing Process) اور روشنائی کے
درمیان تناسبیت (Suitability)۔

— کیا کانڈ اور روشنائی ضروری مقدار میں وقت پر حاصل کر لیا گیا ہے۔

کاپی جمع کرنا (Submission of Copy)

کاپی نہایت صفائی سے ٹائپ شدہ ہونی چاہیے، لائنوں کے درمیان دوتا
فاصلہ موجود ہونا چاہیے نیز یہ کہ ٹائپ سٹیک اشاکل کے مطابق یکساں سائز
کے کاغذوں پر لکھا جاتا چاہیے یعنی یہ کہ پورے ارفوں اور ڈی عنوانت کے لیے
یکساں آئیڈنٹن (Identities) اور اد قافہ و رموز کا استعمال کیا جاتا چاہیے۔
— غلطیوں کی اصلاحات کم سے کم اور واضح طور پر سمجھ میں آ جانے والی
ہونی چاہئیں۔ اگر غلط بہت زیادہ ہوں تو پھر اگر ارفوں کو از سر نو ٹائپ
کرانا چاہیے۔

— صفات نمبر اور مرتب کر کے محفوظ کور میں رکھے جانے چاہئیں اور یہ
مناسب طور پر لیبل شدہ کر دینے چاہئیں۔

— اضافی مسودہ کی واضح طور پر نشاندہی کر دینی چاہیے جیسے صفحہ 63 اور
64 کے درمیان صفحہ نمبر 63 تحریر دینا چاہیے۔

— سرخیال (Captions) حوالہ جاتی نشاندہی کے ہر لو الگ سے ٹائپ
کرانی چاہئیں۔ جیسے ی انھیں فوٹو گرافی کی پشٹ پر کیوں لکھا گیا ہو۔

— عنوانت کے ہمراہ حاشیہ (Footnotes)، خوارفہ (Introductions)،

بلاکس (Fillers) (تجشیں، لطیفے، ---) پیکنگ نوٹ (Hangings)

(Notes) وغیرہ کو جمانے کے لیے مناسب حوالہ جاتی نشانات دیے

پینٹنگ کا استعمال کرتا چاہیے۔

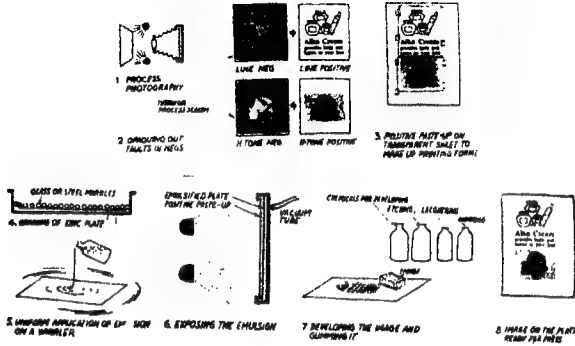
— اگر تیار کردہ پلاکوں کو استعمال کیا جاتا ہو تو ان کے پروف بھی منسلک کر دینے چاہئیں۔

— کاپی جمع کرتے وقت متعلقہ کام کے لیے مطلوبہ لفافوں، ریپروں (Wrappers)، لیبلوں (Labels) وغیرہ کی طباعت کا آرڈر بھی دے دینا چاہیے۔

— اگر کسی فٹیل کا صرف ایک حصہ ہی استعمال کیا جاتا ہو تو ایک اور لے (Overlay) پر اس کی واضح طور پر نشاندہی کر دینی چاہیے یا پھر اسے کسی کانفڈ کے فریم میں ڈھک دینا چاہیے۔ فٹائفوں (Transparencies) کو بھی اسی طرح ڈھک دینا چاہیے۔

— پرنٹر کو ہر دگی (Delivery) کی ہدایت بھی کر دی جائے۔ پارٹیوں کے نام و پتے، انھیں بھیجی جانے والی کاپیوں کی فہرست تیار کر دینی چاہیے اور جہی تیار دینا چاہیے کہ ہر بنڈل یا پیکٹ میں کتنی کاپیاں رکھی جائیں۔

آف سیٹ پرنٹنگ (Offset Printing)



پر ر کے کسل سے پانچویں شیئر اترتی ہے۔

کچھ شیٹ فیڈ (Sheetfed) آف سیٹ مشینیں ایسی ہوتی ہیں جو ایک گھنٹہ میں 7000 کاغذ چھاپ سکتی ہے جب کہ رولری آف سیٹ (Rotary Offset) مشینیں ایک گھنٹہ میں 30,000 تک کاغذ چھاپ سکتی ہیں۔

قابل طاعت گہری تیزابی نقش والی آف سیٹ پلیٹیں

(Printable Deep Etched Offset Plates)

آف سیٹ پر نٹروں کے نقطہ ٹھوس دیکھا جائے تو آرٹ صرف ۱۱ طرح کا ہوتا ہے یعنی لائن آرٹ (Line Art) اور مسلسل ٹون آرٹ (Continuous Tone Art)۔

لائن تھیلالات (Line Illustrations) اس کا پانی بڑے ایکچوژ کر لیے جاتے ہیں جو مناسب طور پر روشن ہوتے ہیں تاکہ ست رو (slow) آر تھو کروچک (Orthochromatic) فلم استعمال کر کے مطلوبہ سائز کا تکلیف تیار کیا جاسکے۔ آر تھو کروچک فلم پر نمایاں نتائج (Contrast Results) مرتب ہوتے ہیں۔ مناسب انداز میں نوک چک درست کرنے

طاعت کاغذ گر کاٹ (Planographic) طریقہ ایسا ہوتا ہے جس میں ایک چمکی سٹ سے شبہ (Impression) لگایا جاتا ہے۔

عام طور پر افلا اور اسکرین شدہ تصویر کے ڈیزائن کی پانچویں شبہ کو فوٹو گرافی کے طریقے سے ایک خصوصی دانے دار ڈک پلیٹ (Grained Zinc Plate) پر منتقل کر دیا جاتا ہے۔ ڈک کے علاوہ دیگر دھاتوں کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ شبہ کی بناوٹ مکمل اس قسم کی ہوتی ہے کہ یہ تیل بردار روشنائی جذب کر سکتی ہے مگر پانی جذب نہیں کر پاتی۔ دب دوا در و دروں (Water Rollers) کے ٹاس (Contact) میں آتی ہے تو غیر شبہ رستے (Non-image Area) پانی کی ایک مہین ہوتا ہے جذب کر لیتی ہے جو اگلے در و در سے روشنائی خارج کر دیتا ہے مگر شبہ بردار رقبہ روشنائی کی ایک مہین ہوتا ہے جذب کر لیتا ہے۔ سلینڈر پر نصب شدہ ڈک پلیٹ سے شبہ (Image) ایک ربر کے کسل (Rubber Blanket) پر آف سیٹ (Offset) کر دی جاتی ہے جو ایک اور سلینڈر پر لپٹا رہتا ہے اور جس پر الٹی شبہ اترتی ہے۔ امپریشن سلینڈر (Impression Cylinder) کے نیچے سے ہو کر گزرنے والے کاغذ

مہربانی تک مہربانی تیزابی نقش (Deep Etched) کر دیا جاتا ہے۔ ایک خصوصی لیکر پرت (Lacquer Coating) شیبہ کو تیل بردار سطح عطا کر دیتی ہے تاکہ چھپائی کے دوران یہ روشانی جذب کر لے۔ اس طرح مخصوص نقش دلی آف سیٹ پلٹ تیار ہو جاتی ہے۔

آف سیٹ پلٹوں کی اقسام (Varieties of Offset Plates)

ڈیپ ایچڈ (Deep Etched) پلٹوں کے علاوہ مندرجہ ذیل قسم کی پلٹوں کا بھی استعمال کیا جاتا ہے:

- (1) سرفیس کوئٹڈ پلٹوں (Surface Coated Plates) پر تامل شدہ البومین (Undissolved Albumin) کی ایک سمین پرت چسپی ہوئی ہوتی ہے۔ کاپی سے نکلنے والے کے دوران اسے ایکچوڈ کیا جاتا ہے اور پھر چھپ تصدیق حاصل کرنے کے لیے کیلیڈی طور پر ڈیپ (Develop) کر لیا جاتا ہے۔ گمٹ اور لیکرنگ (Gumming and Lacquering) کے لیے ڈیپ ایچڈ والا طریقہ (Deep Etch Process) فی اقدیار کیا جاتا ہے۔ اس طرح اس سے 50,000 کاپیاں بخوبی تیار کی جاسکتی ہیں۔

- (2) ڈرائی آفسیٹ پلٹ (Dry Offset Plate) پر سے پرنٹ نہ کیا جانے والا حصہ (Non-printing Area) اس حد تک کاٹ دیا جاتا ہے (Etched Away) کہ ڈیمپنگ رولر (Dampening Roller) کی ضرورت باقی نہیں رہ جاتی۔ مگر یہ کوئی بہت مقبول چیز نہیں ہے۔

- (3) زیر درگ ایکٹ پلٹ (Xerographic Plate) اس طرح تیار کی جاتی ہے کہ پہلے فوٹوگرافی اور برق سکونی (Static Electricity) کے استعمال سے زیر دس پلٹ (خاص طریقہ سے تیار شدہ دھات یا کاندہ) پر شیبہ خصل کر لی جاتی ہے اور پھر دوبارہ ایک دھات کی پلٹ پر برق سکونی کے ذریعہ خصل کر کے لوڈز (Fuse) کر دیا جاتا ہے۔ اس میں نظم نکلنے یا دیگر مایوں (Liquids) کا استعمال نہیں کیا جاتا۔

- (4) کثیر دھاتی (Multimetal) پلٹوں کو کرومیم (Chromium)، ٹائمرہ اور آئین لیس انشیل کی پرتوں (Layers) سے تیار کیا جاتا ہے۔ سب سے اوپر کی کرومیم کی پرت کو غیر مہمکن حصہ کے طور پر کاٹ دیا جاتا

(Retouching) کے بعد ایک شفاف فلم پر کالیکٹ پانچ (Contact Positive) تیار کر لیا جاتا ہے۔

لیٹر پریس اینگریونگ پریس (Letterpress Engraving Process) کی ہی طرح مسلسل ٹون آرٹ کو ہف ٹون میں تبدیل کیا جاتا ہے۔ اس کام کے لیے ”ملا واسطہ طریقہ“ (Direct Method) یعنی نکلنے کی سطح پر پریس اسکرین (آرتھو فلم) بروئے کار لایا جاتا ہے۔ مناسب انداز میں نوک پک درست کر لینے کے بعد شفاف فلم (آرتھو) پر کالیکٹ پانچ (Contact Positive) تیار کر لیے جاتے ہیں۔

بواسطہ طریقہ (Indirect Method) میں ٹانگروچک فلم (Panchromatic Film) پر چھپنے (Negatives) بنائے جاتے ہیں وہ ساز میں بہت چھوٹے ہوتے ہیں۔ یہ قدم نوع قدروں والے رنگوں سے اصلاح کرنے کا موقع بھی پہنچاتا ہے۔ اور مطلوبہ ساز میں پانچ تیار کرتے وقت اسکرین لگانا پڑتا ہے (آرتھو فلم)۔ پہلے والے طریقہ سے نسبتاً زیادہ واضح نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

ان پانچ کو ایک شفاف اسٹراٹن شیٹ (Transparent Astralon Sheet) پر چسپاں (Positive Past-Up) کر دیا جاتا ہے۔ انھیں چسپاں کرنے کے لیے فرسے کے صفحات پر ایڈزیشن اسکیم (Imposition Scheme) اور چھ لے آؤٹ (Page Layouts) کے لیے آرٹ کی تیار کردہ ڈی (Dummy) کے مطابق سر دس پر شفاف شیٹ (Transparent Tape) استعمال کی جاتی ہے۔ اگر صفحات چھوٹے ساز کے ہوں تو ایڈزیشن کے ایک حصہ کی کھینچ بذات خود آرٹ ورک میں ہی کر لی جاتی ہے۔

اس کے بعد مندرجہ بالا سیٹ اپ کو خلا (Vacuum) کے تحت اس ڈنک پلٹ کے یکساں تماس (Uniform Contact) میں لایا جاتا ہے جس پر خصوصی دانے (Grains) موجود ہیں اور جس پر اب یکساں طور پر فوٹوگرافک ایملشن (Photographic Emulsion) موجود ہے۔ اس پر جب پانچ سے اوپر تیز روشنی پڑتی ہے اور پھر اس کے بعد کیلیڈی پروسیجر کی جاتی ہے تو مہمکن رتہ سخت ہو جاتا ہے اور باقی ماندہ ایملشن بہہ جاتا ہے۔ اس سے بہت زیادہ تعداد میں چھپائی کرنے کے لیے اسے 0.000002 ملی میٹر

آفسیٹ طباعت کی مائیت

(Quality of Offset Impression)

- آفسیٹ طباعت کبھی بھی لیٹر پریس والی چھپائی کی مانند تھاک (Bright) نہیں ہوتی کیونکہ اس میں طباعت کے دوران شیعہ (روشنائی) کھل پر منتقل کی جاتی ہے۔ گہرے نون میں یہ کمزوری صاف جھلکتی ہے۔ کچھ پر غریبہ رنگ میں شدت حاصل کرنے کے لیے گہرے نون والے حصوں کے لیے سیاہ رنگ کے ایک اور اضافی رن کا استعمال بھی کرتے ہیں۔
- یہ طریقہ خصوصاً اس طباعت کے لیے نہایت موزوں رہتا ہے جس میں کچلے نون والی غلطیوں کی چھپائی کرنی ہوتی ہے۔
- اس میں موجود کوکلیٹنگ (Vignetting) اثرات سے چھپائی میں کسی طرح مسائل پیدا نہیں ہوتے۔

- بڑے بڑے سالڈ رنگوں کی چھپائی یکساں طور پر کی جاسکتی ہے۔
- اس طریقہ طباعت سے پھسل کے انکھوں کی چھپائی سب سے عمدہ طور پر کی جاسکتی ہے۔
- اس طریقہ سے چینی طور پر اصل پینٹنگوں (Original Paintings) کی بڑے سائز میں چھپائی کی جاسکتی ہے کیونکہ اس پروسس کے ذریعہ بڑی تعداد والے خصوصی رنگ کے شیڈوں (Shades) کی چھپائی کی جاسکتی ہے جن کی تعداد 10 تا 15 تک ہو سکتی ہے۔

لٹھوگرافی (Lithography)

یہ پلانو گرافک (Planographic) طباعت کا سب سے قدیم طریقہ ہے جسے 1798 میں جرمنی کے شہر یویریا (Bavaria) کے رہنے والے ایلوئس سینے فیلڈر (Alois Senefelder) نے ایجاد کیا تھا۔ اس میں یویریا سے ملنے والے مہین دانے دار چٹنے لائیم اسٹون پر ہاتھ سے الفاظ اور تصویروں بنائی جاتی تھیں۔ اس طریقہ میں آئینہ کی الٹی شیعہ کی طرح سے تصاویر اور الفاظ کو چٹنے (Grease Bound) کر کے بریکن سٹکس (Crayon Sticks) سے بنایا جاتا تھا۔ لیکن اس سے پہلے غیر چٹنے (Non-greased) لال ربن ہبہ کی مدد سے صحیح سائز والے رف انکھ سے آؤٹ لائن ٹریس (Trace) کر لی جاتی

ہے۔ کرومیم سے پلیٹ کی مرطوب ہو جاتی ہے اور اس سے 2,50,000 سے بھی زیادہ کاپیاں تیار کی جاسکتی ہیں، تاہم کی وجہ سے پلیٹ پانی خوب جذب کرتی ہے اور اسٹیل ایک مضبوط اور مستحکم بنیاد (Base) کی طرح کام انجام دیتا ہے۔ قیمتی پلیٹوں کو صرف ایک مرتبہ ہی استعمال کیا جاسکتا ہے۔

(5) جلا واسطہ شیعہ (Direct Image) چٹکی چاک (Greasy Chack) یا رنگینی کھریا (Crayon) سے دستی ڈرائنگ کے ذریعہ پلیٹ پر بنائی جاتی ہے۔ یہ کام خاص قسم کے ربن سے ٹائپ رائٹنگ سے بھی انجام دیا جاسکتا ہے جیسے کہ سبکی غائرڈ (Presensitised) پلاسٹک اور کاغذوں کی پلیٹوں پر کیا جاتا ہے۔

رنگین طباعت (Colour Printing)

دورنگی طباعت کے لیے دو پلیٹوں اور اس طرح دونوں (Two Runs) کی ضرورت ہوتی ہے۔ کثیر رنگی طباعت کے لیے پلیٹوں کو، لیٹر پریس کی ہی طرح سے، زرد، لال، نیلے اور کالے کمر سپریشن (Colour Separations) کے طریقہ سے تیار کیا جاتا ہے۔ پتل پر رنگ میں کام آنے والے نیکلیٹ کے بجائے ان سے پانچویں (Positives) بنا کر امپوزیشن (Imposition) کے مطابق اس انداز میں چپکا دیا جاتا ہے کہ وہ پروسس ایک رن (Process Ink Runs) کے دوران مختلف رنگ۔۔۔۔۔ زرد، مجیلا (Magenta)، کیان (Cyan) اور بلیک۔۔۔۔۔ رجسٹر کرتے رہیں گے۔ تاہم اس طریقہ سے اصل تصویر کی ٹون (Tones) کی ہاریکیوں اور تقیسات کو دکھانے کے لیے مختلف خصوصی رنگوں والے 5 سے 12 رن کا استعمال ایک معمولی بات ہو کر رہ گیا ہے۔ لیٹر پریس کے طریقہ سے ہلف نون ڈاٹ کی وجہ سے یہ بات ممکن نہیں ہو پاتی کیونکہ ہاف نون ڈاٹ مثبت کاری (Reliefs) کے طور پر کھدے ہوئے ہوتے ہیں اور چینی طور پر کاغذ میں اثر جاتے ہیں۔ بہت مدھم ہونے کے باوجود بھی ان کی وجہ سے مزید طباعت کی تفصیلات نہیں رہتی۔

تھے۔

- 10 سیکنڈ میٹر سونے پتھر کی سل کو تھا مناور اس پر کام کرنا ایک دشوار کام ہوتا تھا۔
- ہر کوئی کے پتھر کو استعمال نہیں کیا جاسکتا تھا۔ لٹھو پتھروں کو در آمد کرنا کافی دھنگ پڑتا تھا۔

- انھیں اسلور کرنے کے لیے بھی کافی جگہ درکار ہوتی تھی۔
- مجموعی طور پر یہ ایک ست عمل ہوتا تھا۔

پتھر پر اپنی شیبہ بنانے والی ڈرائنگ سے ہی میکینیکل طور پر شیبہ منتقل کرنے کے تصور کو فروغ ملا یعنی اس طریقہ میں پہلے سیدھی تصویر بنائی جاتی تھی (آرٹ کو کسی قسم کی تصویر بنانے کی عادت بھی ہوتی تھی)۔ یہ تصویر خصوصی کاغذ پر ایک خصوصی چٹنی روشنائی کے ذریعہ بنائی جاتی تھی۔ جب یہ تصویر ہر دار کاغذ پتھر کے تماس (Contact) میں آتا تو اپنی تصویر پتھر پر منتقل ہو جاتی تھی۔ فوٹو گرافی کی ایجاد نے منتقلی کے معاملہ میں غیر یقینی حالت کو ختم کر دیا۔ اب کسی بھی کاغذ پر آرٹ کے ذریعہ روشنائی سے بنائی جانے والی سیدھی تصویر (آرٹ کو جس کے بنانے کی عادت ہوتی ہے) کو الٹے انداز میں آسانی سے پتھر پر منتقل کیا جاسکتا تھا۔

فوٹو گرافی کے علاوہ رنگوں کی علیحدگی کے لیے ایجاد ہونے والے پروسیس اسکریٹوں اور کلر فلٹروں نے لٹھو گراف کے زیادہ تر کام کو میکینیکل بنا کر رکھ دیا ہے۔

تھی۔ ایک سے زیادہ رنگوں میں چھاپے جانے والے رنگین کام کے لیے رجسٹر مارک (Register Marks) استعمال کیے جاتے تھے۔ پتکے شیبہ کے لیے واضح حد بندی کرنے کے واسطے تیزاب کے شارے نقش تیار کیے جاتے تھے اور غیر شیبہ رقبہ پر گوند چھڑ کر بے حس (Desensitised) کر دیا جاتا تھا تاکہ شیبہ کو پھیلنے سے روکا جاسکے۔

جس اب پر پانی کا پوت (Coat) پھیرا جاتا تو صرف غیر شیبہ رقبہ ہی پانی جذب کر پاتا تھا کیونکہ شیبہ ہر دار رقبہ پر تیل موجود ہوتا تھا۔ اس کے فوراً ہی بعد روشنائی ہر دار رولر (Ink Roller) صرف شیبہ ہر دار رقبہ پر روشنائی کی مہین پر تڑخا دیتے تھے کیونکہ غیر شیبہ رقبہ (پانی سے) کیلا ہوتا تھا، تیل والی روشنائی (Oily Ink) ہر پانی ایک دوسرے میں نہیں ملتے۔ اس کے بعد جب پتھر پر کور کاغذ رکھ کر دباؤ ڈالا جاتا تو روشنائی ہر دار شیبہ کے نقش اس پر اتر آتے تھے۔ ہر ایک صفحہ کو چھاپنے کے لیے یہی دور درہرایا جاتا تھا۔

دشوائیاں (Disadvantages)

آرٹ کو تصاویر اور حروف کی خطاطی الٹے انداز میں کرنی پڑتی تھی۔ صرف ماہر کی آنکھ ہی تجزی سے غلط کا پتہ لگا کر ان کی اصلاح کر سکتی تھی۔

- ماہر آرٹسٹوں کے ذریعہ رنگوں کو ملانے کی بھی ایک حد ہوتی تھی یعنی ایک مقررہ حد سے آگے وہ لوگ بھی یہ کام انجام نہیں دے پاتے



گرے دیو پر چٹک (Gravure Printing)

گرے دیو رسلٹر کی کھدائی کرنا

(Engraving a Gravure Cylinder)

اس عمل کو مندرجہ ذیل اقدامات کے ذریعہ آسانی سے سمجھا جاسکتا ہے۔

(1) سیاہ مریخوں کے گرے دیو اسکرین (Grid) کو ایک شفاف کاغذ سے پلیٹ (Sheet of Clear Glass) پر چھاپ لیا جاتا ہے۔

(2) غلوی یا سیل کی دیواروں (Cell Walls) کو تشکیل دینے والے حصوں کو سخت بنانے کے لیے خصوصی طور پر ایملٹن برادر (Special Emulsified) کاغذ کو اپریمان کردہ طریقہ سے ایکسپوز کر لیا جاتا ہے۔

(3) طبع کیے جانے والے فلم پازٹیف (Film Positives) سے روشنی گزار کر اسکرین شدہ ایملٹن (Emulsion) کو ایکسپوز کر لیا جاتا ہے۔ اب صرف سخت پارٹیشن دیواروں (Hardened Partition Walls) کی جگہوں کے درمیان موجود ایملٹن میں ہی سختی پیدا ہوتی ہے اور یہ سختی، واقع روشنی (Incident Light) کی ٹونل قدروں (Tonal Values) کے تناسب ہوتی ہے۔

(4) اب ایملٹن والے حصہ کو سلنڈر کی سطح پر چسپاں کر دیا جاتا ہے اور جب گرم دالہ پاتھ (Hot Water Bath) میں کاغذ کو (سلنڈر سے) علیحدہ کیا جاتا ہے تو یہ کاغذ مختلف گہرائیوں والے سخت اور خشک سیلوں کے نقش برادر ایملٹن کو چھوڑ جاتا ہے۔

(5) اس کے بعد تیزاب کا استعمال کیا جاتا ہے۔ تیزاب، ایملٹن میں موجود سیلوں کے درمیان کاٹ کر اسے اور قسادی گہرائیوں (Corresponding Depths) تک تانبہ کو کھود کر (کاٹ کر) رکھ دیتا ہے۔ اصل (Original) کے تاریک حصوں کے لیے پازٹیف سے ہو کر کم روشنی گزر پاتی ہے اسی لیے ایملٹن کی کم مقدار ہی سخت ہوتی ہے۔ پورے سلنڈر کے لیے اسٹیک

اس طریقہ طاعت میں تانبہ کے سلنڈر (Copper Cylinder) کی تیزابی کھدی ہوئی سطح (Etched Surface) کے غالی حصوں کو استعمال کیا جاتا ہے۔

تیزابی کھدائی یا اسٹیک (Etching) کو ایک ایسی یکساں سطح نما گرد (Grid) پر پھیلا دیا جاتا ہے جس پر ایک سطح سینٹی میٹر میں تقریباً 3,600 سیل (Cells) ہوتے ہیں۔ جہاں نسبتاً گہرے ٹون والی اقدار (Dark Tonal Values) درکار ہوتی ہیں وہاں گہری تیزابی کھدائی (Etching) کی جاتی ہے اور جن حصوں کو اجاگر کرنا ہوگا وہاں تقریباً ہمیں کے برابر تیزابی کھدائی کی جاتی ہے۔ یہ کام فوٹو کیمسٹری (Photo Chemistry) کی مدد سے کیا جاتا ہے۔ روشنی پانی کی طرح تہی ہوتی ہے۔ اسے ایک تنگی (Tank) میں بھر کر مسلسل ہلاتے رہتے ہیں تاکہ ٹون میں یکسانیت رہے۔ اس میں کیمیائی طور پر یہ خصوصیت بھی موجود ہوتی ہے کہ کھدے ہوئے اسطوانہ (Etched Cylinder) سیلوں میں روشنی فوراً ہی بھر جاتی ہے اور جیسے ہی کاغذ کے تماس (Contact) میں آتی ہے تو پوری طرح کاغذ پر داخل دی جاتی ہے اور روشنی کا ذرا سا بھی حصہ باقی نہیں بچ پاتا۔

سلنڈر کی سطح میں موجود تمام سیل ٹنگی میں موجود روشنی جذب کر لیتے ہیں۔ روشنی کی ناقص مقدار کو ایک سیدھی دھار والے ڈاکٹر بلڈ (Doctor Blade) کے ذریعہ پونچھ کر صاف کر دیا جاتا ہے۔

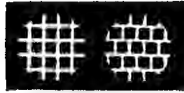
اس کے بعد سلنڈر کی سطح کے تماس میں جو کاغذ آتا ہے وہ لغو شدہ غلط (Diffused Dots) کی شکل والے سیلوں سے روشنی جذب کر لیتا ہے۔ سب سے زیادہ گہرائی والے سیل سب سے زیادہ تاریک ہوتے ہیں۔ ان کی گہرائی جیسے جیسے کم ہوتی جاتی ہے ویسے ویسے ہلکے ہوتے جاتے ہیں۔ اس طرح آرٹ ورک کے مطابق ہی ٹونل تغیرات (Tonal Variations) بھی نمایاں ہوتے چلے جاتے ہیں۔

اسی لیے لائن آرٹ کے لیے ان سیلوں کی کھدائی سب سے گہری اور یکساں انداز میں کی جاتی ہے۔

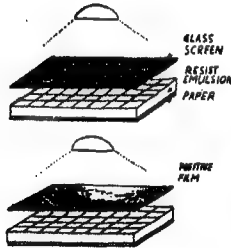
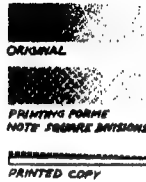
والا تیزاب کم گہرائی کھدائی کر پاتا ہے۔

(6) اس کا نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ ایسے سیلوں کا مطلوبہ نقش بن جاتا ہے جن کی گہرائی پانچویں نوں قدروں کے تناسب ہوتی ہے۔

مدت (کھدائی کی مدت) مقرر شدہ یا مستقل (Constant) ہوتا ہے۔ کم سخت حصہ سے گزرتا ہوا تیزاب تیزی سے کاٹ کر جاتا ہے اور اس کا نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ وہ تانبہ میں زیادہ گہرائی تک کھدائی کرتا ہے۔ اسی طرح کم تدریک حصوں میں سخت حصوں کی موٹائی زیادہ ہوتی ہے اور اس سے ہو کر گزرنے



TWO VARIATIONS OF THE SCREEN



والے ایسے میگزینوں کے لیے کیا جاتا ہے جن میں کئی رنگوں کی طبعت درکار ہوتی ہے۔

لمبائی اور موٹائی ایگریگٹ پروسس کی وجہ سے اخبارات کی طبعت کے لیے اسے اس کی رفتار تیز ہونے کے باوجود بھی فوری نہیں دی جاتی۔ اس ترکیب سے لیٹر پریس روٹری (Letterpress Rotary) کی مانند ٹیکسٹ ٹائپ (Text Types) بھی زیادہ صاف نہیں چھپتے۔ کم موٹائی پیش (Less Costly Mats) اور سستے یوزر پرنٹ کے استعمال سے گرسے دہارنے ایک دھاری (Edge) چن جاتی ہے۔

● اچھٹھم ہالف ٹون (Intaglio HalfTone)، گرسے دہارنے پر ٹنک کا جدید ترین طریقہ ہے۔ اس میں گہرے علاقوں / حصوں میں عمدہ قدریں (Better Values) حاصل کرنے کے لیے مطلوب مسلسل ٹون تشکیل دیا جاتا ہے (Continuous Tone Illustrations) کے لیے مختلف سائز اور گہرائی کے تیل بنائے جاتے ہیں۔

گرسے دہارنے کی ماہیت

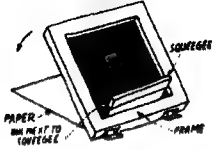
(Quality of Gravure Impression)

● لائن آرٹ کے لیے گرسے دہارنے کی بھی تیز دھار (Sharp Edged) نہیں ہوتی۔ اس کی وجہ دو گروسے جس کی موٹائی روٹری (Thin Ink) کو قضاے رکھنا مشکل ہوتا ہے۔ ڈاٹس (Dots) بہت زیادہ چھپتے (Sharp) نہیں ہوتے کیونکہ کاغذ کی فطرت اور گرسے دہارنے کی کم موٹائی ماہیت کے سبب روٹری ہر ایک ڈاٹ تک پہنچ جاتی ہے اور اس طرح آس پاس کے ڈاٹ کے مابین واقع خلا کو پُر کر دیتی ہے۔ فوٹو گرافوں یا چھٹھموں کی مانند اصل آرٹ (Original Art) کے مسلسل ٹون کا احساس پیدا ہوتا ہے۔

● اس پروسس کا میک ریڈی اسٹیج (Makeready Stage) تک لازمی نتیجہ زیادہ لاگت کی شکل میں نکلتا ہے کیونکہ اس کام میں مہارتی مہیندگیوں کا کافی ہیں۔ پرنٹنگ کی شرح تقریباً 25,000 کاپیاں فی گھنٹہ ہوتی ہے اس لیے اس کا استعمال زیادہ تر ہالف ٹون کے لاگتوں (Longruns of HalfTone)

سilk اسکرین پر چھپ

[Silk Screen Printing (Serigraphy)]



ٹائپ کے صفحات کو ترتیب سے رکھتے اور فرمے میں جمائے کا خیال نہ رکھا جائے) تو پانچویں کو شفاف چسٹ اپ (Paste Up) کے طور پر چھپ کر جاسکتا ہے۔

اسکرین ایک مخصوص انداز سے بنا ہوا سٹک کا تھو (ٹائیلان) ہوتا ہے جس میں یکساں فاصلہ پر ایک سینٹی میٹر میں 100 تا 160 دھانے موجود ہوتے ہیں۔ اسے چکانے والے سامان (Adhesive) کی مدد سے کسی لکڑی یا اسٹیل سے فریم پر تان دیا جاتا ہے۔ اس اسکرین کو نمایاں فرق (High Contrast) والے فیوٹی حس ایملشن (Photosensitive Emulsion) سے پٹ دیا جاتا ہے جو فوراً ہی سوکھ جاتا ہے۔ پھر اسے پانچویں سے گزاری تیز روشنی ڈالی جاتی ہے۔ ایکسپوز شدہ علاقے سخت ہو جاتے ہیں۔ اسٹیلنس کو چھپانے کے لیے تیار کرنے کی غرض سے غیر ایکسپوز شدہ حصوں کو گرم پانی سے دھویا جاتا ہے۔

(Printing) طبعات

فریم کو میز پر ایک طرف قبضوں میں کس دیا جاتا ہے۔ فریم پر اسکرین، میز کے رو برو ہوتا ہے۔ میز پر دو کاغذ رکھا جاتا ہے جس پر نقوش چھاپے ہوئے ہیں۔ فریم کے کوڑے کنارے پر چھپوس روشنی انٹریلی جاتی ہے۔ جب فریم کاغذ کے تماس (Contact) میں لایا جاتا ہے اور ربر کے سیدھے ٹکڑے (Squeegee) کی مدد سے روشنی اسٹیلنس میں سے گزاری جاتی ہے تو اسٹیلنس کے نقوش کاغذ پر عروج ہو جاتے ہیں۔ فریم کو اوپر اٹھایا جاتا ہے پھر نیچے کے متعلق کاغذ کو سوکھنے کے لیے پھیلا دیا جاتا ہے اور اس کی جگہ دوسرا کاغذ (رجسٹر پتوں کی مدد سے) رکھ کر یہی دور از سر نو

یہ خاص طور پر لائن ورک کے ری پروڈکشن کرنے کا طریقہ ہے۔ نہایت باریک ہف ٹون نقوش (Dots) سے بھر جاتی ہے اور کھردری اور بظاہر اچھی مگر اصل میں بڑی خراب شے بن جاتی ہے۔

یکساں اور نہایت باریک لائنوں کا نتیجہ بھی نیکے نقوش میں برآمد ہوتا ہے تاہم روشنی سوئی نہ کی شکل میں جمع ہو جاتی ہے اور اس لیے اس سے تشکیل پانے والی اشکال غیر شفاف اور کھٹی دانے دار بنتی ہیں جو اچھے ڈیزائنوں کی وجہ سے بہت نفیس دکھائی دیتی ہیں۔ اس لیے اس ترکیب سے فائدہ اٹھا کر باقاعدہ کام انجام دیے جاسکتے ہیں اور کتابچوں، رسالوں اور پمفلٹوں جیسی چیزیں، بیٹل شیٹ کور، گریٹنگ کارڈ وغیرہ چھاپے جاسکتے ہیں۔ یہ طبعات ایسی سطحوں پر بھی کی جاسکتی ہے جہاں دیگر طریقے کام نہ رہتے ہوں یعنی اس طریقہ سے شیشہ، پلاسٹک، دھات، ہارڈ وک کاغذ (Binding Cloth)، پتھر وغیرہ پر چھپائی کی جاسکتی ہے۔

کاپی (Copy)

الفاظ اور تصاویر دونوں کو ہی کمرہ ریڈی کاپی (Camera Ready Copy) کی شکل میں جمع کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ تصاویر اور نقوشات ٹھوس (Solid) علاقوں اور لائن سے تشکیل دی جاتی ہیں۔ کھردری ہف ٹون اسکرین (15 لائنیں فی سینٹی میٹر یا اس سے کم) سے کارآمد نتائج پیدا ہوتے ہیں جو اس بات کی طرف دلالت کرتے ہیں کہ شیشہ کو چھپانے کے لیے ری پروڈکشن (Reproductions) کا کافی بڑے سائز کے ہونے چاہیے۔

اسکرین کی تیاری — پر چھپ فرمے

(Screen Making — The Printing Forme)

ہر دس کیکرے کی مدد سے مطلوبہ سائز کے ٹیکلیٹ تیار کیے جاتے ہیں۔ ٹیکلیٹ پر چھپ (Contact Printing) کے ذریعہ شفاف پانچویں بنائے جاتے ہیں۔ اگر آرٹ ورک میں امپوزیشن اسکیم کا خیال نہ رکھا جائے (یعنی

دورا یا جاتا ہے۔

(Static Electricity) سے باردار (Charged) رہ جاتے ہیں۔

(2) شیبہ والے علاقے سے خفی باردار رحمت کا پاؤں چپک جاتا ہے۔ کیونکہ خفی اور مثبت بار ایک دوسرے کی جانب کشش (Attract) ہو جاتے ہیں۔

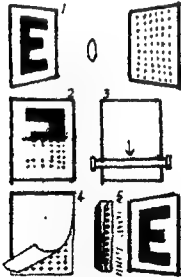
(3) برقی ہارک مدد سے رتکین شیبہ، مطلوبہ کاغذ پر تماس کے ذریعہ خقل (Contact Transfer) کر دی جاتی ہے۔

(4) شیبہ بردار کاغذ کو پھیل کر اتار دیا جاتا ہے۔

(5) حرارت کی مدد سے شیبہ فکس کر دی جاتی ہے یعنی اسے مستقل نوعیت والی بنا دیا جاتا ہے۔

یہ ایک تیز رو طریقہ ہے۔ مثال کے طور پر زیر اس پر جنگ مشین سے تقریباً ایک لمحہ میں ایک کالی کے نتائج حاصل ہو جاتے ہیں۔ اس سے غیر مسطح سطحوں پر طباعت کرنے کا امکان بھی موجود ہے یعنی اس طریقہ سے جنم بردار پیپر بورڈ اور کپڑے وغیرہ پر چھپائی کی جاسکتی ہے۔

اوپر جو طریقہ بیان کیا گیا ہے اس سے صرف ایک ہی رنگ کی چھپائی کی جاسکتی ہے۔ رنگین پر خشک (Colour Printing) کا طریقہ بہر حال ابھی تک ایجاد نہیں ہوا ہے۔



بجئے فلیٹ رنگ (Flat Colour) اصل ڈیزائن میں موجود ہوتے ہیں رنگین کام کے لیے اسٹےٹسٹریکٹریٹے ہوتے ہیں۔ چھپائی کو پوری طرح سوچنے میں 24 گھنٹے بھی درکار ہو سکتے ہیں۔ حالانکہ اس کام کے لیے میکائیزڈ گجٹس (Mechanised Gadgets) بھی ایجاد ہو چکے ہیں مگر بہر حال یہ ایک سست رفتار عمل ہے اور تیار ہل کو سکھانے کے لیے بڑے رقبے والی جگہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس لیے یہ طریقہ چھوٹے پیمانے کی طباعت (اسکرین پر خشک) کرنے کے لیے ہی مناسب ہے۔ 100cm x 200cm والے بڑے اسکرین بھی کوئی نادر اسکرین نہیں سمجھے جاتے ہیں۔ دیگر طریقوں میں چھوٹے پیمانے کے کام کے لیے بلاکوں (Blocks) یا آفیسٹ پلیٹ کی تیار بہت مشکل ثابت ہوئی۔ اس طریقہ (Process) کا استعمال کم تعداد والی اور خوبصورت پر خشک کے لیے کیا جاتا ہے۔

ایکٹروفوٹوگرافک پر خشک

(Electrophotographic Printing)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں یکپاد پر وسیعگ ڈیمیاوی ڈیولپر (Chemical Developers) اور فیکسٹس (Fixatives) سے تکلیف اور ہانچ کی تیاری اسے کچھ لمبا دینا نہیں ہوتا اور شاید یہ ایک ایسا طریقہ بھی ہے جسے اختیار کر کے مستقل طباعت شدہ کاپیاں تیز رفتاری سے تیار کی جاسکتی ہیں۔ اس میں اختیار کیے جانے والے اہم اقدامات ذیل میں بیان کیے گئے ہیں:

- (1) ایک مخصوص سطح کو مثبت برقی بار (Positive Electric Charge) دے دیا جاتا ہے۔ جب اسے تکلیف شدہ ڈیزائن (Projected Design) کے رو برد لایا جاتا ہے یعنی ایکسپوز (Expose) کر لیا جاتا ہے تو روشن علاقے (Lighted Areas) بار (Charge) کو تحلیل (Neutralise) کر دیتے ہیں۔ صرف شیبہ والے رقبے برقی سکونی

ٹائپ اور حروف سازی (Types and Lettering)

(Larger) ہوتے ہیں جن میں مضمون کا متن تحریر ہوتا ہے۔ اس کی بنیاد (Base) اونچائی (Height) والی پہلی لائن کی بنیاد (Base) سے ملا ہوا ہوتا ہے۔ پیرا گراف میں حروف سیدھے کھڑے دکھائی دیتے ہیں۔ یہ ابھرواں حروف پیرا گرافوں کے درمیان سفید جگہ (White Space) بناتے ہیں۔

ٹائپ فیس (Typefaces) کے ڈیزائن اور ان کے مختلف سائز قاری سے مختلف سطحوں پر رابطہ قائم کرنے کے مواقع فراہم کرتے ہیں۔ حقیقت تو یہ ہے کہ حروف کا ڈیزائن الفاظ میں ایک ثانوی حسنوت پیدا کرتا ہے۔

سائز کو مد نظر رکھتے ہوئے کوئی بھی ڈیزائن، ٹائپ کے دو ٹروپوں کا حلاشی رہتا ہے:

- سرٹئی یا سچے ٹائپ (Heading or Display Types): ان کا سائز بڑا اور مقصد یہ ہوتا ہے کہ قاری کی توجہ ان کی جانب مبذول ہو جائے۔ قاری کو پیغام کے مضمون سے متعارف کرانے میں ان کا استعمال کیا جاتا ہے۔
- بڈی ٹائپ (Body Types): یہ پیغام کے متصل متن کو تحریر کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

ٹائپ سیٹ بڈی کاپی (Typeset Body Copy)

ہم سب سے پہلے یہ بتائیں گے کہ ٹائپ سیٹ بڈی کاپی (Typeset Body Copy) میں کون سی نمایاں خصوصیات ہوتی چاہئیں اور ڈیزائنر اُنھیں پیدا کرنے میں کس طرح کا سیلاب ہوتا ہے: یہ بیان کیا جائے کہ مصنف نے مضمون تحریر کرنے میں موزوں الفاظ منتخب کیے ہیں اور اس میں کسی قسم کی کوئی غلطی نہیں کی ہے۔

حسن تحریر (Readability): اس سے زیادہ اہم اور کچھ نہیں ہو سکتا کہ

الفاظ (حروف) کی وضع قطع کے لیے ڈیزائنر کس چیز کا حلاشی رہتا ہے؟

تکثیف شدہ حروف (Condensed Letters): یہ دو حروف ہوتے ہیں جو اپنی اونچائی کے مقابلہ چوڑائی میں ایک دوسرے سے زیادہ کچھے ہوئے اور نزدیک نزدیک ہوتے ہیں۔ اس طرح جالا لگہ ایک سطر میں زیادہ الفاظ لکھے جاسکتے ہیں مگر ان میں پڑنے میں آنکھوں پر زور پڑتا ہے۔

توسیع شدہ حروف (Expanded Letters): اس حروف سے لکھی ہوئی کوئی مسلسل تحریر پڑھنے سے بھی آنکھوں پر زور پڑتا ہے کیونکہ ان الفاظ کو آنکھ ایک دم سے پہچان نہیں پاتی۔ تاہم اس طرح کے الفاظ بائیں سمت سے دائیں سمت کی جانب زیادہ زور دیتے ہیں۔ ان کے لیے زیادہ چوڑے کالموں کی ضرورت ہوتی ہے اور ایک سطر میں کم الفاظ آتے ہیں۔

چمپ سیٹ لائنیں (Typeset Lines): یہ لائنیں دائیں طرف کو جھکی ہوئی ہوتی ہیں، قاری کو انھیں پڑھنے میں بھی دشواری ہوتی ہے کیونکہ مسلسل پڑھتے ہوئے قاری کی نگاہ جب ایک سے دوسری لائن پر آتی ہے تو پڑھنے میں دشواری محسوس ہوتی ہے۔

پیرا گراف کا پہلا حرف ڈراپ لیٹر (Drop Letter) ہوتا ہے جو اکثر اس تحریر کے مقابلہ دینا چاہی ہوتا ہے جس میں مضمون کا متن تحریر ہے۔ اسے اس انداز میں لکھا جاتا ہے کہ یہ پیرا گراف میں جذب ہوتا ہوا منہا محسوس ہو تا ہے۔

ابھرواں حروف (Raised Letters) بھی بڑے (Capital) اور ان حروف سے بڑے

بے ترتیب فاصلوں کے سبب ایک سطر سے دوسری سطر پر آسانی سے نہیں جلتی۔ اس سے پڑھنے میں پریشانی ہوتی ہے۔

عام طور پر اشتہاری معاملات میں دونوں جانب کی بے ترتیبی سے کام لیا جاتا ہے۔

● دوز (Widows) — حق اگر ارف کی آخری سطر میں ہانچ کیریکٹروں (Characters) کے کسی مجموعہ کی ہے چننا چاہیے۔

● عمومی طور پر سیریل ٹائپ (Serifed Types) میں حسن تحریر زیادہ ہوتا ہے کیونکہ فوراً ہی پکھان میں آجانے کے لیے ان میں انگریزی کردار (Individual Character) زیادہ ہوتا ہے۔ سنس سیرف (Sans Serifs) شاید زیادہ سادگی والی پیکانیت سے بڑے نظر آتے ہیں اور اسی طرح نظر آنے والے اسٹروک (Strokes) پکھانے میں شاید زیادہ دشواری پیدا کرتے ہیں۔

مناسب ٹائپ کے انتخاب سے پیغام کے موڈ (Mood of a Message) کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ ٹائپ سیٹ کی مذکورہ بالا مثالوں میں سے کون سی مثال پیغام کے قریب ترین پیچیدگی قرار دی جاسکتی ہے؟ عام طور پر یہ کوئی بہت اہم قسم کی چیز نہیں ہے کیونکہ اس بات کا انحصار اس چیز پر ہوتا ہے کہ پرنٹر کے پاس کس قسم کے بڑی ٹائپ فیس (Body Typefaces) موجود ہیں۔

☆ یہ فیئر جانب دارانہ موڈ خیال کے یا ترسیل (Transmission) کی ایک بہتر صورت ہے کیونکہ انھیں ٹائپ فیس کو کوئی دوسرا اشتہار بھی استعمال کر سکتا ہے۔

☆ روٹنٹائی کے رنگ کو تبدیل کرنے کے علاوہ ابتدائی ڈراپ حروف (Initials Drop Letters)، انگریز حروف (Raised Letters) بڑے حروف میں سیٹنگ (Setting in Caps)، بولڈ فیس (Bold Face)، ایٹالس (Italics)، پیمانہ کی تبدیلی (Change of Measure)، ٹائپ سائز کی تبدیلی، سیٹنگ کی بے ترتیب شکل (Irregular Shape of the Setting) بھی موڈ تبدیل کرنے کے طریقے ہیں۔

الفاظ تیزی سے سمجھ میں آجائیں اور قاری جیسے تحریر پڑھتا جائے دیکھ دیکھ اسے تحریر کا مطلب سمجھ میں آتا چلا جائے، یہ خصوصیت پیدا کرنے کے لیے:

- ☆ الفاظ بہت زیادہ قریب لکھے ہوئے نہ ہوں۔
- ☆ الفاظ نہ تو بہت گہنے ہوں اور نہ بہت دور چیلے ہوئے۔
- ☆ تمام کپٹل (Capitals) میں بڑے حروف والے اور کپس حروف (Lower Case Letters) کو ترجیح دی جاتی ہے اسی لیے آٹھویں نمبر پڑھنے کی عادی ہوتی ہیں۔
- ☆ ذیلی صولت سے معنوں کا متن سمجھنے میں آسانی ہوتی ہے۔ اس لیے اسے سمجھنے میں ان کی جانب واجب طور پر توجہ مبذول ہو جائے۔

☆ ابتدائی حروف یا قواعد انگریز ہوں یا لڑا پڑ (Raised or Dropped)۔ پھر پیلے حق اگر ارف کا پہلا حرف کپس (Caps) میں سینٹ کیا جاتا چاہیے۔ اس قسم کی ترکیبوں سے سرٹائی پڑھنے کے بعد قاری کو مزید مضمون پڑھنے کی طرف مائل کرنے میں مدد ملتی ہے۔

اب تین مختلف طریقوں سے کاپی سینٹ کرنے کی ضرورتیں اور خواہشیں ملاحظہ ہوں:

- (1) دونوں اطراف سطر میں ٹائپ فیکس جھیلانی جائے (دائیں اور بائیں جانب قطار بند سطر)۔ سب سے زیادہ مقبول طریقہ ہے اور کہیں نہ کہ اس پر عمل کرنا سب سے آسان رہتا ہے تاہم الفاظ کے درمیان فاصلوں میں باقاعدگی نہیں رہ جاتی۔ بہت زیادہ چوڑے الفاظ کا انتہائی برآمد ہوتا ہے۔ اس سے اجتناب کرنا چاہیے۔

سطر میں آخری الفاظ کے نشانات الحاق (Hyphenation) سمجھ ہوئے چاہئیں۔

- (2) صرف بائیں جانب قطار بند (Aligned)، داہنی جانب بے ترتیب (Irregular) الفاظ کے درمیان برابر فاصلہ ہوتا ہے اور عملاً نشانات الحاق (Hyphenation) لگانے سے اجتناب کیا جاتا ہے۔
- (3) بائیں جانب والی قطار بندی سے آٹھ کو یہ دشواری ہو جاتی ہے کہ وہ

ٹائپ کیریٹر (Type Character) کی اوسط چوڑائی مختلف ہوتی ہے اور ہر ایک کے لیے کیریٹر کاؤنٹ ٹیبل (Character Count Table) ہوتی ہے (جیسا کہ آگے دکھایا گیا ہے) اس ٹیبل سے کیریٹروں کے وہ نمبر پڑے جاسکتے ہیں جو دیے ہوئے پیمانہ (Measure) میں فٹ ہو جائیں گے۔

کاپی فٹنگ ٹیبل کیسے استعمال کریں؟

(How to Use Copyfitting Tables)

(1) ٹائپ تحریر شدہ کاپی (Type-written Copy) کے لیے

- (i) مسودہ میں ہر ایک پیراگراف کے لیے الگ الگ کام کریں۔
- (ii) پیراگراف میں واقع کیریٹروں کی تعداد ممکن لیں۔ کیونکہ ٹائپ میں تحریر کردہ ہر ایک کیریٹر کی چوڑائی یکساں ہوتی ہے اس لیے رولر (Ruler) کے استعمال سے تعلق میں سہولت ہو جائے گی۔

معیاری ٹائپ رائٹر (Standard Typewriter) میں

$$10 \text{ کیریٹر (Characters) } = 1"$$

ایلیٹ ٹائپ رائٹر (Elite Typewriter) میں

$$12 \text{ کیریٹر (Characters) } = 1"$$

- (iii) پیمائش اور ٹائپ فیس کا فیصلہ کریں (طے کریں)۔ مثال کے طور پر 13 em کے لیے ٹائپس رومن (Times Roman) میں کیریٹر گنتی (Count) 34 ہے۔ پیراگراف کے کیریٹروں کی کل تعداد کو 34 سے تقسیم کیا جائے تو اس سے آپ کو یہ معلوم ہو جائے گا کہ ایک کاپی میں کتنی سطریں آئیں گی۔

(2) ہاتھ سے تحریر کردہ کاپی کے لیے (For Hand-written Copy)

- (i) فی پیراگراف کے حساب سے کام کیجیے۔
- (ii) پیراگراف میں موجود الفاظ کو گن لیں۔ 6 سے ضرب دیں (اوسط انگریزی حرف 5 کیریٹروں کا ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ جگہ)۔ اس سے آپ کو کیریٹروں کی تعداد معلوم ہو جائے گی۔
- (iii) اس کے بعد ٹائپ تحریر شدہ کاپی (Type-written) والا طریقہ اختیار کریں۔

تکنیکی اہمیت (Technical Consideration)

پرنٹ ٹائپری پروڈکشن کے لیے ندرج ذیل باتوں کی اہمیت ہے:

- ☆ ریچرس پر ٹنگ کے لیے بہت زیادہ غلی ٹائپ (Too Thin Types) مناسب نہیں (فوس پس منظر (Solid Background) میں سفید حروف رری)۔
- ☆ گرے وچر (Gravure) اور سکریں پراسیس (Silk Screen Processes) میں سیرفڈ ٹائپ فیس (Serifed Type Faces) کی چمک دکھائی دیتی ہے۔
- ☆ یکساں وزن کے لیے رتقین شدہ ٹائپ کو سیاہ رنگ کی ٹائپ کے بمقابلہ زیادہ وزنی ہونا چاہیے۔
- ☆ لیٹر پریس میں حروف کو بہت قریب قریب لکھا ممکن نہیں ہوتا۔ اس کے لیے آرٹ ورک اور اینکریٹنگ کی ضرورت ہوتی ہے۔ دیگر پروڈیوز کے لیے آرٹ ورک ضروری ہوتا ہے۔ اس لیے حروف کو کسی بھی جگہ رکھنے یا لکھنے کے معاملہ پر قابو پایا جاسکتا ہے۔

- ☆ لیٹر پریس میں متن (Text) کے لیے عام طور پر اینکریٹنگ سے پر فٹنگ اتنی عمدہ نہیں ہوتی جتنی سیدھے طور پر کی جانے والی ٹائپ سے رہتی ہے۔

فراہمی (Availability)

بڑی کاپی کے لیے ٹائپ کے انتخاب میں تخلیق کا دار و مدار پرنٹروں کے پاس موجود ٹائپنگ کی محدود درجہ ہے۔ خصوصی طور پر لیٹرڈ بڈی (Lettered Body) کی مثالیں تو شاید نادر ہی دیکھنے میں آتی ہیں۔

کاپی فٹنگ (Copyfitting)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں یہ معلوم کیا جاتا ہے کہ دیا ہوا مضمون (کاپی) اگر کسی خاص ٹائپ فیس میں سیٹ کیا جائے تو آیا وہ فراہم کردہ آؤٹ جگہ میں آئے گا یا نہیں۔

ہر ایک ٹائپ فیس میں (چاہے وہ یکساں سائز والی ہی کیوں نہ ہو)

(3) ٹائپ اریٹھائی گہرائی معلوم کرنا

(To Find the Depth of Type Area)

ٹائپ لائنوں کے تعداد کو بڑی سائز سے ضرب کر کے لیڈنگ کو
جمع کر دیا جائے اور پھر 12 سے تقسیم کر دیا جائے (pts کی تعداد ems میں ہو)۔
اس طرح ems میں ہی جواب ہوگا:

مثال: اگر کاپی 7 لائنیں بناتی ہے اور مواد (Matter)
12 ٹائپس روومن میں 10 پر سیٹ کیا جائے تو

$$17 \times (10 + 2) = 17 \text{ ems} = 2 \frac{5}{6}'' = 9.2 \text{ cms.}$$

12

SIZE IN POINTS		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
UNIVERS Medium	8	17	20	23	27	30	33	37	40	43	46	50	53	56	59	63	66	69	73	76
	10	13	16	18	21	23	26	28	31	33	36	38	41	43	46	48	51	54	56	59
	12	11	13	15	17	19	21	23	25	27	29	31	33	35	37	39	41	43	45	47
TIMES ROMAN Medium	8	16	19	22	26	28	32	35	38	41	44	47	51	53	57	60	63	66	70	73
	10	13	16	18	21	24	26	29	32	34	37	40	42	45	48	50	53	56	58	61
	12	11	13	15	17	19	21	24	26	28	30	32	34	37	39	41	43	45	48	50

CHARACTER CHARACTERS EMS

ڈپلے ٹائپ اور حروف سازی

(Display Types and Lettering)

Ball Bold
Wolf Antiqua Amelia
GIORGIO
Emphasis
SCOTFORD UNCIAL
ANDRICH MINERVA
Andrich Minerva
Egyptian 505
LINCOLN GOTHIC
DAVIDA BELB
TONIGHT
Times Modern
Swash

Shown above are only a few of the many display typefaces showing their names. Type foundries via with one another in producing new typefaces.

melt
STRETCH
FLUIDICS
(determination)
CRACK
SPRING SUMMER

اس کالم کے سامنے کچھ ڈپلے ٹائپ فیس دکھائے گئے ہیں۔ ان سے کچھ نام لکھے گئے ہیں۔ نئے ٹائپ فیس کو ایجاد کرنے کے معاملے میں ٹائپ مفار خانے ایک دوسرے سے مقابلہ آرائی کرتے رہتے ہیں۔

ڈپلے ٹائپ کی کوئین مطلقہ خصوصیت گارمیں کی توجہ اپنی جانب مبذول کرانا ہوتی ہے۔ اس کی ایک وجہ یہ ہے کہ عنوان کو پیغام کے متن سے متعارف کراتا ہوتا ہے۔ دوسرا سبب اسی صوبہ پر موجود دیگر پیغامات کی سرخیوں سے مقابلہ آرائی کر کے اپنی جانب توجہ مبذول کرنا ہوتا ہے اور یہ بات اخلاقیات اور میگزینوں میں اکثر دیکھنے میں آتی ہے۔ اس کا سب سے عام طریقہ حروف کے سائز کو بڑھا دینا ہوتا ہے۔

• اپنی ظاہری وضع قطع یعنی الفاظ کے ڈیزائن کے ذریعہ ذہنی اثر پڑھری کی خاطر سرخی کا طرز مقرر کرنا ہوتا ہے۔

شخصی گیر کثیر والے الفاظ کا انتخاب کیا جاتا ہے تاکہ نئی بات چٹوں کرنے کے انداز میں معنی خیز اثر پڑھری اور موڈ میں اضافہ ہو جائے۔

• پرغزوں کے عیاں سمجھو ٹائپ فیس کو ڈیزائنروں کے لیے معیاری آرٹ تصور کیا جاسکتا ہے۔ بہر حال حروف کو آوازوں کی تصاویر قرار دیا جاسکتا ہے، زبان سے ادا کیے ہوئے الفاظ تشکیل پاتے ہیں۔ الفاظ میں ایسی مثنویات پوشیدہ ہوتی ہے جسے اس زبان کا جاننے والا ہی سمجھ سکتا ہے۔ اس طرح ٹائپ کے ڈیزائن سے معنی خیز طور پر ایک دوسرا مضمون پیدا ہوتا ہے جبکہ نقش (Illustration) سے جو مضمون پیدا ہوتا ہے وہ زیادہ آزلوئہ، زیادہ واضح اور بلا واسطہ ہوتا ہے۔

• ہر ایک پر نظر کے پاس ٹائپ کے نمونوں کی ایک کتاب ہوتی ہے جسے وہ ڈیزائنروں اور کپیڈیٹروں دونوں کے سامنے نمونے کے طور پر پیش کرتا ہے۔

• جہاں تک سرخی یا عنوان کے ٹائپ کے انتخاب کا معاملہ ہے تو اس کے لیے یعنی متن (Text) کے لیے ٹائپ انتخاب کرنے والے کسی اصول پر عمل

کردی جاتی ہے۔ ٹائپ ڈیزائنر اس کا خیال رکھتا ہے، لیڈنگ آرٹس اپنی اسٹوڈیو میں اس کی تحقیق (Adjustment) کرتا ہے۔

ٹائپ سیٹنگ میں دو ٹائپوں کا درمیانی فاصلہ ہمیشہ ہی ہم آہنگ نہیں ہو پاتا کیونکہ کچھ حروف صلی کے اعتبار سے بے ترتیب ہوتے ہیں اور ہمیشہ ہی مستطیل نما نہیں ہوتے جیسے انگریزی حرف L, V, A, P, F, T لیکن لاگ اپ (Locking Up) کے مقصد سے تمام ہی ٹائپ کے شولڈر (بڈی) مستطیل نما ہوتے ہیں۔ ان سے ایسی غیر معمولی سفید جگہ پیدا ہو جاتی ہے جسے کہو ڈنگ میں کم نہیں کیا جاسکتا۔

بہن ایک ہی طریقہ ہائی رہ جاتا ہے کہ دیگر حروف کے درمیان بھی متعادل طور پر فاصلہ پیدا کیا جائے تاکہ پوری سرفی / عنوان یکساں دکھائی دے۔ یعنی حروف کے درمیان فاصلہ بھری طور پر (Optically) یکساں ہونا چاہیے، میکینیکل (Mechanically) طور پر نہیں۔ آف سیٹ (Offset) اور گرے وچر (Gravure) کے معاملہ میں تو حروف کے درمیان فاصلہ اور بھی گھٹایا جاسکتا ہے۔ اس سے تو صرف ای وقت رجوع کیا جاتا ہے جب سربٹیاں کتابوں کے عنوانات یا پوسٹر وغیرہ کے ذیلے ٹائپ کا معاملہ ہو۔

SPACING SPACING SPACING

لیڈنگ (Leading)

سطروں کے درمیان فاصلہ بڑھانے کے عمل کو لیڈنگ (Leading) کہا جاتا ہے۔ اس سے سفید جگہ میں اضافہ ہو جانے کے سبب حسن تحریر میں یقینی طور پر اضافہ ہوتا ہے اور الفاظ بہ آسانی سمجھ میں آ جاتے ہیں۔ ایسا کرنے سے آنکھ کو ایک سطر سے دوسری سطر تک چھپنے میں بھی آسانی ہوتی ہے۔ تاہم کتاب کی چھپائی میں ایسا کرنے سے لاگت میں اضافہ ہو جاتا ہے کیونکہ صفحات کی تعداد بڑھ جاتے ہیں۔

کرنے کی ضرورت نہیں ہے۔ کسی بھی ترتیب سے کام لیا جاسکتا ہے حتیٰ کہ بد شکل پیدا کرنے کو بھی ایک ترتیب قرار دیا جاسکتا ہے۔ مگر بد صورتی کی وضاحت کن کر سکتا ہے۔

• سرفی یا عنوان کے حروف ٹائپ سیٹ یعنی آف سیٹ طور گرے وچر کے لیے ”پروف آپ کپوزڈ ٹائپ“ (Proof of Composed Types) بھی ہو سکتے ہیں یا مگر ہاتھ سے بنائے ہوئے بھی ہو سکتے ہیں۔ وہ فونو میکینیکل یا ہاتھ سے بنے ہوئے کی وجہ سے چھوٹے بڑے پس منظر میں میز سے میز پر، بد شکل یا کسی بھی مخصوص شکل سے عراب نما، بے ترتیب لڑے ہوئے، کچھ ہوئے فونو یا ہاتھ سے لکھے ہوئے میں ہو سکتے ہیں۔

خطاطی (Calligraphy)

خطاطی ہاتھ سے لکھے ہوئے خوبصورت الفاظ کو کہتے ہیں۔ خطاط کچھ اصولوں پر عمل کرتے ہوئے بھی کسی حد تک آزاد ہوتا ہے۔ اسٹائل اور لائنوں کی پہچان (Flair) کا دار و مدار ان آلات پر ہوتا ہے جنہیں استعمال کر کے وہ الفاظ تحریر کیے گئے ہوں۔

خطاط کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ وہ پیغام کی افہام میں آسانی پیدا کرنے کے ساتھ ساتھ کیریکچرل کو انفرادیت بھی عطا کر دے۔ یہ کام ٹائپ سیٹنگ کے مقابلہ میں ہکا پڑتا ہے کیونکہ ہاتھ سے لکھنے میں وقت زیادہ لگتا ہے۔ اس کے علاوہ ایک خاص ٹریننگ کے حامل ہونے کے سبب آرٹس زیادہ اجرت طلب کرتا ہے۔

ٹائپ سیٹنگ کے دوران فاصلے مقرر کرنا

(Spacing in Typesetting)

مستقل مطالعہ کرنے کے لیے یکساں اونچائی اور یکساں درمیانی فاصلہ والے الفاظ ٹیک ریسے ہیں کیونکہ انھیں پڑھنے میں قطعاً کوئی دشواری نہیں ہوتی۔ اسی طرح سیدھی لائنوں اور یکساں درمیانی فاصلہ والے الفاظ اور لائنوں میں مناسب فاصلہ والی تحریر بھی فوراً سمجھ میں آ جاتی ہے۔

لیکن جب بالکل یکساں اونچائی والے حروف بنائے جاتے ہیں اور جب حروف اوپر یا نیچے سے گول یا مخروطی ہوتے ہیں تو وہ (اوپر یا نیچے) چھوٹے دکھائی دیتے ہیں۔ اس لیے ایسے الفاظ کی اونچائی بڑھا کر اس کی خطائی

تمثیلات / تصاویر (Illustrations)

اور کتنی بھڑکنا ممکن ہو تا ہے۔ زیادہ تر اشتہارات میں سرخی سے پیغام کی اثر پذیری اور اثر کا فون مقرر کیا جاتا ہے اس لیے اس کے مقاصد کے حصول کی تکمیل کے لیے زیادہ تر تمثیلات سے ہی کام چلایا جاتا ہے۔ تاہم یہ اس قسم کی بھی نہ ہو کہ اسے ایک دم سے سرخی (Headline) کے معنی قرار دے دیے جائیں۔ تصویر انکا اشتیاق پیدا کر دینے والی ہو کہ قاری پورا پیغام پڑھنے پر مجبور ہو جائے۔

ڈیزائنرز بھی تصویر کی اس قسم سے بخوبی واقف ہو تا ہے جو ٹارگٹ گروپ (Target Group) کے سمجھ میں آجائے اور ان پر اثر انداز بھی ہو۔ وہ اسی کے مطابق موضوع، مضامین اور تکنیک کا انتخاب کرتا ہے۔

عمرہ تمثیل / تصویر کی خصوصیات

(Qualities of a Good Illustration)

یہ بات ذہن نشین رکھنا چاہیے کہ تمثیل آخری سرے تک پہنچنے کا ایک ذریعہ ہوتی ہے۔ آخری خطا تو وہ اطلاع دینی ہوتی ہے جسے سمجھ لیا جائے اور پھر فروخت کاری میں اضافہ ہو۔ اشتہاری تمثیل کی ذیوائن کاری میں مندرجہ ذیل بیان کردہ خصوصیات ہونی چاہئیں:

- اسے موضوع سے متعلق ہونا چاہیے۔ صرف منھک نگاری یا بہت زیادہ تجزیہ تمثیلات یا تجزیہ کی تمثیلات (Abstract Illustrations) سے کام نہیں چلتا۔
- سرخی اور رنگائی میں ربط ہونا چاہیے۔
- غیر متعلقہ حواص سے بے اعتمادی پیدا ہوتی ہے اس لیے ایسی تمثیلات سے اجتناب کرنا چاہیے۔
- عجیب سی اور ناگوار اشیاء سے پسندیدہ اور تھما (Reactions) پیدا نہیں ہوا کرتے۔
- موضوع کی واضح تصویر کشی کے ذریعہ سیدھے سادے اور مثالی انداز

تصویر ہزار الفاظ سے کہیں بہتر ہوتی ہے۔ لفظی پیغام کو جلدی سے ذہن نشین کرانے کے لیے ڈیزائنر اس کی انفرادہ جگہ ہارے میں غور و خوض کرتا ہے۔ کسی ایسے اشتہار کا تصور کیجیے جس میں تصویر کے بغیر کوئی کار (Car) یا مندر یا صرف پاؤں کا ڈبہ دکھایا ہو تو ہر ایک قاری ان چیزوں کے متعلق اپنے ذہن میں کوئی نہ کوئی تصویر تشکیل دے لے گا۔ مگر تصویر سے ہر ایک قاری کے ذہن میں اس شے کی شکل و صورت کے بارے میں ایک ہی تصور ابھرے گا۔ اس طرح تصویر زیادہ آفاقی زبان (More Universal Language) ہوتی ہے۔

تیار شدہ اشتہار یا فراہم کردہ خدمات کے اشتہار کے لیے تصویر کشی اپنی یکسانیت کے باعث کچھ آسان دینے والی تو ہوتی ہے مگر ایسے اشتہارات کے لیے ڈرامائی تصویر کی موجودگی بھی غیر معمولی بات نہیں ہے۔

کسی تیار مال کو استعمال کرنے کے طریقہ کی تصویر کشی کرنا اور پھر اس میں اس کے استعمال کے فائدے اور نا استعمال کے نقصانات بیان کرنا ایک مقبول طریقہ ہے۔ خلوص (Sincerity)، اعتماد (Integrity)، وقار (Prestige)، اعتماد (Faith)، حسن (Beauty) وغیرہ ایسی خصوصیات ہیں جو تصویر کو فصاحت عطا کرتی ہیں۔ ایسی تصویر ہر الفاظ کے مقابلہ زیادہ موثر تفصیل بیان کرتی ہے۔ شاید تصویر میں موجود گرد و پیش اس میں عمر ہو۔

اسی طرح موڈ اور جذبات کی کتہ بھلیاں یا لطافت (Subtleties of Mood and Emotions) ایسی باتیں ہوتی ہیں جن کے تئیں حواص زیادہ آسانی سے رد عمل کا اظہار کرتے ہیں اور اس طرح وہ جلد تر فیضات قبول کر لیتے ہیں۔ اس طرح تخلیق ڈیزائنرز کے لیے یہ ایک ایسا میدان ہے جس سے وہ زیادہ سے زیادہ فائدہ اٹھا سکتا ہے۔ تصویر کی طور پر توان کا اظہار علامتی ہو سکتا ہے۔ کسی تمثیل میں موضوع اور تکنیک (اس میں رنگوں کا استعمال بھی شامل ہے) سے ماحول تخلیق کرنے اور توجہ مبذول کرانے میں مدد ملتی ہے۔ تکنیک کا استعمال کسی تمثیل کے موضوع میں طبعی اور جذباتی خصوصیات اجاگر کرنے میں کیا جاسکتا ہے۔ ذرا تصور تو کیجیے کہ کارٹونوں کے ذریعہ کتنا حواص

- تشیل میں لے آؤٹ کے تکنیکی اصولوں یعنی توازن، اتحاد و فیرہ کی خلاف ورزی نہیں کرنی چاہیے۔
- آخر میں مگر اہمیت کے اعتبار سے کم نہیں یہ کہ تشیلات کی طباعت نہایت عمدہ ہونی چاہیے۔ چونکہ تمام ایڈورٹائزنگ ڈیزائن کی پیمائی ہونی ہوتی ہے لہذا ہمارے لیے ری پروڈکشن کے نقطہ نگاہ سے تشیلات کی مختلف اقسام کا مطالعہ کرنا نہایت ضروری ہے۔
- تشیلات دو طرح کی ہوتی ہیں خطی تشیلات (Line Illustrations) اور مسلسل ٹون تشیلات (Continuous Tone Illustrations) جسے ہاف ٹون (Half-tone) بھی کہتے ہیں۔ ان کا مطالعہ ہم آگے کریں گے۔
- میں فوراً ہی موضوع کو جان کرنے والا ہونا چاہیے۔
- یہ بہت ضروری ہے کہ تشیل میں جو کچھ بھی دکھایا گیا ہو وہ اس قسم کا ہو کہ اس کی تائید کر کے اس پر اتحاد کر لیا جائے۔
- اتحاد و اعتقاد، بے ساختگی (Naturalness) سے پیدا ہوتا ہے۔
- جو کچھ بھی اس مصنوع شے سے حاصل ہو سکتا ہے اس سے زیادہ کا وعدہ نہ کرنا چاہیے۔
- ایک ہی طرح کے ماڈلوں (Stereotyped Models) سے توجہ مبذول نہیں کرانی چانی چاہیے۔
- اشتہار میں باہر دیکھتے ہوئے چہرے قاری کو بھی باہر دیکھنے پر مجبور کر دے۔

کئی طرح کی خطی حیثیات

(The Many Kinds of Line Illustrations)



PEN AND INK
DRAWING



STRUGGLING IN PEN
TO FIND DEATH



Scraper
board



CARTOON DRAWING
IN BRUSH



STYLIZED GOLD LINE
DRAWING

BRUSH DRAWINGS
WITH PHOTOGRAPHIC
REVERSAL AT RIGHT



SKETCH

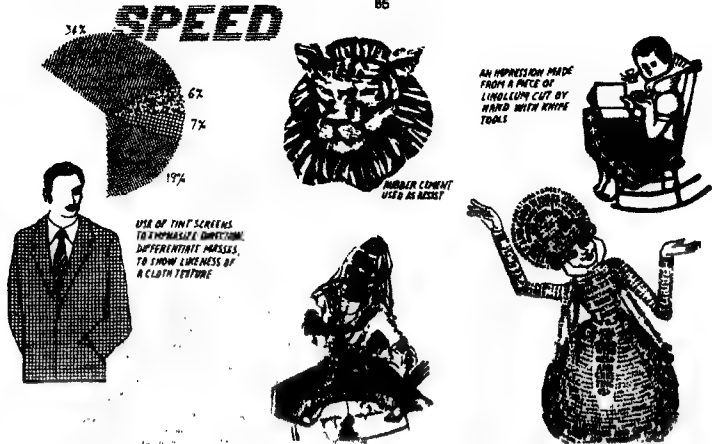
DRY BRUSH ON CHALKY PAPER



A CHALK QUARTERTONE

CROSS HATCHING WITH PEN





(1) اس سے کسی موضوع کی ترجمانی میں بروئے کار ٹیکنیک کے سبب بصری تصادم (Visual Impact) میں واقع ہونے والی تبدیلی کا پتہ اندازہ ہو جاتا ہے۔

(2) ریذسٹ (Resist) کے طور پر استعمال شدہ ربر سیمنٹ (Rubber Cement)

(3) لونیوم (Linoleum) کے کٹے پر چاقو اور دیگر لوازمات کی مدد سے بنائے گئے نقش۔

(4) سمت پر زور دینے کے لیے ٹنٹ اسکرین (Tint Screens) کا استعمال۔ کپڑے کی بافت میں واقع یکسانیت کو دکھانے کے لیے مایہ ناز

(Masses) کی تفریق پنڈیری (Differentiation) سے کام لیجیے۔

گزشتہ صفحوں سے

دکھایا گیا ہے۔

انھیں سفید یا ہموار رنگین سطح پر رنگ کے یکساں سائے نون

(Solid Tone) سے بنایا جاتا ہے۔

• انھیں پرنٹ کرنا آسان ہوتا ہے کیونکہ ان کے لیے یکساں

روشنائی اور پھر کاغذ چھاپنے کی ضرورت ہوتی ہے۔

• بلاکوں (Blocks) یا آف سیٹ پلینوں کا بنانا سستا پڑتا ہے کیونکہ

اس میں صرف سستی فلٹوں کی ہی ضرورت پڑتی ہے اور پرائیٹس

اسکرین کی تیار کردہ دلی مہارت غلط نہیں ہوتی۔

• اسکرین کی غیر موجودگی کی وجہ سے انھیں سستے کاغذوں پر چھاپا

جاسکتا ہے۔

(1) چھان اور روشنائی سے تیار کردہ ڈرائنگ

(2) گہرائی دکھانے کے لیے قلم میں اسٹرپلنگ (Stripling)

(3) اسکرپر بورڈ (Scraper Board)

(4) برش سے تیار شدہ کارٹون ڈرائنگ

(5) اسٹیک

(6) کھردرے کاغذ پر خشک برش

(7) کھردرا کوٹروں

(8) قلم سے کی جانے والی کراس ہچنگ (Cross Hatching)

(9) اسٹائل شدہ جلی خط (Bold Line) والی ڈرائنگ

(10) برش ڈرائنگ۔ داخلی جانب ٹوٹو گراؤں اور زل (Reversal)



5 Brush drawing (nos. 1 and 3 sables): the finest details are drawn with the tip of the brush. Mass and volume are suggested very effectively by repeated brushstrokes which start broad and gradually become narrower.

7 Pen drawing with ink wash: pen is used for the outlines and volumes are modelled with a monochrome wash.

6 Pen and wash drawing: chiaroscuro comes only from crisp black brushstrokes, without intermediate tones. The light/dark contrast is dramatised.

8 Coloured pen and brush drawing: Outlines and shading are in pen and brush (nos. 1 and 3 sable); colour is applied in watercolour to the reverse side of the paper.

کراس ہچنگ کے ذریعہ درمیانہ ٹون (خاکستری) پیدا کیے جاتے ہیں۔ اسٹروک سیاہ ہوتے ہیں اور مسلسل ٹون پیکروں کی طرح ٹونڈ ڈاؤن خاکستری (Toned-down Greys) نہیں ہوتے جیسا کہ مسلسل ٹون خمیشات میں ہوتے ہیں۔ اس سے الٹی روشنی کی دھوپ جھاؤں دکھائی جاتی ہے۔ کراس ہچنگ کے اسٹاکل پرفائنٹ (Texture) کا دار و مدار ہوتا ہے۔

لائن اسکرین سے تیار کی جانے والی ڈرائنگ

(Drawings with Line Screen)

اس معاملے میں درمیان ٹون (خاکستری Greys) کو معیاری ننت اسکرین متوازی خطوط، دائوں، خصوصی فاقوں وغیرہ کی مدد سے مثنیٰ طور پر کاغذ یا زپ ٹون (Zippatone) پر چھاپ دیا جاتا ہے۔ اس کام کو یا تو

لائن ڈرائنگ (Line Drawings)

اس قسم کی سادہ ڈرائنگوں کو سفید کاغذ پر بنانے کے لیے قلم اور روشنائی اور برش ہی درکار ہوتے ہیں۔ گہری سیاہ نظیریں روشنائی سے سب سے بہتر نتائج برآمد ہوتے ہیں۔ گرے ٹون اور وہ بھی خاص طور پر اگر سرور پر ہوں تو پوسٹیں کیمرا آپریشن میں شاپ ڈیفینیشن (Sharp Definition) کو دکھا جاتے ہیں۔ اور اسی لیے اس سے ہر حال میں بچنا چاہیے۔ اس میں تو یکساں انداز کے سیاہ اور جیسے انداز کے معرّف اسٹروک (Sharply Defined Strokes) مطلوب ہوتے ہیں۔

کراس ہچنگ ڈرائنگ (Cross Hatched Drawings)

انھیں اوزاروں (Tools)، قلم، برش اور روشنائی کو استعمال کر کے



These eight vignettes show some of the cartoonist's techniques applied to the head of an Indian.

3 Line drawing with pen: modelling is suggested by hatching and highlights are clearly identified.

1 Drawn with a 2B pencil: the varying thickness of the line suggests light, shade and mass.

4 Pen and brush (no. 3 sable) drawing: most of the chiaroscuro is suggested with pen strokes while the darkest tones are filled in with the brush.

2 Line drawing with pen, nib and Indian ink. Light, shadow and mass are suggested by variations in the thickness of the line.

آرٹسٹ انجام دیتا ہے یا پھر ایگریور کو ایسا کرنے کی ہدایت دی جاسکتی ہے بشرطیکہ اس کے پاس ٹنٹ اسکرین (Tint Screens) (پرائنٹنگ: مین ڈیز Ben-Days) موجود ہوں۔

اسکرپچر بورڈ (Scraper Board) دراصل سچہ بورڈ (کیت) ہوتا ہے۔ اس پر چاکا لگنے کی سوئی سی تہ چڑھی ہوتی ہے اور پھر سب سے اوپری سطح پر کڑی جاتی ہے۔ آرٹسٹ کسی دھار دار اوزار سے سیاہ سطح کو کھرچ کر سفید رنگ کی ڈرائنگ تیار کر تا ہے۔ اٹلیاٹک (India Ink)، برش اور قلم سے غلطیاں ٹھیک کر لی جاتی ہیں۔ یہ ایساٹڈ ہالتون (Embossed Textures) میں بھی دستیاب ہوتا ہے جو کھرچنے پر بہ آسانی ہاف ٹون گریڈیشن (Halftone Gradation) دیتا ہے۔

مسلسل ٹون کچھ سے لائن پرنٹ (تیار کرتا)

(Line Print From Continuous Tone Picture)

اس کام میں فوٹو گراف پر ڈیسٹک اور صرف گہرے شکل نون ماسیز (Dark Single Tone Masses) پر قرار رکھ کر مسلسل ٹون کچھ میں سے گہرے ٹون کو ختم کر دیا جاتا ہے۔ تمثیلات (عموماً فوٹو گرافس) کی ابتدا کرتے وقت کافی جیسے کنٹراسٹ نون (Fairly Strong Contrast

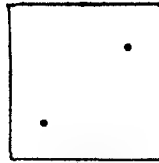
اسکرپچر بورڈ (Scraper Board) دراصل سچہ بورڈ (کیت) ہوتا ہے۔ اس پر چاکا لگنے کی سوئی سی تہ چڑھی ہوتی ہے اور پھر سب سے اوپری سطح پر کڑی جاتی ہے۔ آرٹسٹ کسی دھار دار اوزار سے سیاہ سطح کو کھرچ کر سفید رنگ کی ڈرائنگ تیار کر تا ہے۔ اٹلیاٹک (India Ink)، برش اور قلم سے غلطیاں ٹھیک کر لی جاتی ہیں۔ یہ ایساٹڈ ہالتون (Embossed Textures) میں بھی دستیاب ہوتا ہے جو کھرچنے پر بہ آسانی ہاف ٹون گریڈیشن (Halftone Gradation) دیتا ہے۔
بروماکس کاغذ (Bromide Paper) پر اسکرین شدہ پانچویں

کے پھوٹے، برش یا غسل ڈرائنگ کے ذریعہ ڈرائنگ میں ایک غیر معمولی اثر پیدا کر دیا جاتا ہے۔ ان باسٹی ٹامپ کے کھلے قتل (Distortions) کو ملاحظہ کیجئے جنہیں پر تنگ قلیٹ (عمومی) سطح کو خیدہ کر کے اور فوٹو گرافک کے ذریعہ پیدا کیا جاسکتا ہے یا پھر کسی خیدہ سطح پر ابھر والے لفظوں اور ان کا فوٹو گراف لینے کو ملاحظہ کیجئے۔

(Tones میں ماییز (Masses) کو عمدہ طور پر تقسیم کر لیا جاتا ہے اور یہ کام تیز روشنی (Strong Light) سے انجام دیا جاسکتا ہے۔ آخر میں ہاتھ سے نوک چمک درست کرنا بھی ضروری ہے۔

خصوصی اثرات (Special Effect)

اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ کسی کمرے ہافت والے کاغذ پر روشنی



تصویری خط

سمت

چال (speed)



صورت (shape)

ٹون (قدر ، وزن)

Tone (Value, Weight)

ٹون رنگ کی شدت ہوتی ہے۔ سیاہ کو شدید ترین اور سفید کو کمترین سمجھا جاتا ہے۔ ان دونوں کے درمیانی رنگ خاکستری یا دھندلے ہوتے ہیں۔ فوٹوں ٹراف میں سیاہی کے قدر بھی تغیرات (Gradations) خاکستری رنگوں کی مثالیں ہیں۔ لیکن ہالٹ ٹون کدہ کاری (Half-tone Engraving) یا کراس ہینڈ شیڈنگ (Cross Hatched Shading) سے خاکستری رنگ کا صرف اہام پیدا ہوتا ہے۔ ٹون سے خط نمایاں ہو جاتا ہے۔ اس سے کمیت اور وزن (Mass and Weight) کا اظہار ہوتا ہے۔

رنگ (Colour)

اشیاء کے موڈ پر رنگ سب سے زیادہ اثر انداز ہوتا ہے۔ اس طرح رنگوں کا استعمال بیاضات کے جذباتی اثر کو اجاگر کرنے کے لیے کیا جاتا ہے۔ تصاویر کو معتبر بنانے اور کبھی کبھی فہرست سازی کے لیے بھی رنگوں کا استعمال کیا جاتا ہے، اس سے تمیز کرنے یا موازنہ کرنے میں مدد ملتی ہے۔

خط (Line)

خطوط — مستقیم بھی ہو سکتے ہیں اور منحنی بھی، جلی بھی ہو سکتے ہیں اور خفی (Light) بھی، ہموار بھی ہو سکتے ہیں اور ناہموار بھی، مسلسل بھی ہو سکتے ہیں اور غیر مسلسل بھی، حقیقت کا اظہار کرنے والے بھی ہو سکتے ہیں اور معنی خیز بھی۔ لے آؤٹ میں کوئی بھی دو نقطوں یا اندراجات (Items) کو دیکھ کر قاری ان کے درمیان اپنے ذہن میں ایک خط کھینچتا ہے۔ ایسا خط حقیقی خط کے مقابل زیادہ قوی اور بار (Charge) کا حامل ہوتا ہے۔

خطوط موڈ کو بھی ظاہر کرتے ہیں۔ عمودی خطوط سے استحکام اور وقار (Dignity) جھلکتا ہے۔ افقی (Horizontal) خطوط سے خاموشی اور اشتعال (Calmness and Firmness) کا اظہار ہوتا ہے۔ اسی طرح وتری (Diagonal) یا ترقیعی خطوط سے جوش و حرکت اور منحنی خطوط سے ادا یا دلربائی کی عکاسی ہوتی ہے۔

خطوط سے سمتوں اور حرکت کی رفتار کا عائد یہ بھی ملتا ہے۔ اس کے علاوہ ان سے اشکال کی وضاحت بھی کی جاتی ہے اور حد بندی بھی۔ یہ جگہ کو تقسیم کرنے والے ہوتے ہیں۔

کے لیے بھی کیا جاسکتا ہے۔ کسی لے آؤٹ میں جو کچھ بھی دکھایا جاتا ہے اس کی کچھ نہ کچھ وضع قطع شکل و صورت ضرور ہوتی ہے۔ جہاں فنِ طاعت (Typography) میں الفاظ کی انفرادی شکل و صورت اور وضع قطع کو مدِ نظر رکھا جاتا ہے، وہیں لے آؤٹ میں کچھ زشدہ ٹائپ کے خطوط یا خطوط کی جماعت سے ایک ایسی وضع قطع یا شکل و صورت وجود میں آتی ہے جسے دھیان میں رکھنا ہوتا ہے۔

ہر ایک فن کی وضع قطع بھی ہوتی ہے۔ ایک خط کے پیچ و خم سے بھی ایک شکل و صورت وجود پاتی ہے۔ اسی طرح کسی اشتہار کے گہرے رنگ اور اس کی وسعت سے بھی وضع قطع تشکیل پاتی ہے۔

سائز اور جگہ (Size and Space)

کسی عنصر کے سائز اور درگد کے ماحول میں تناسب موجود ہوتا ہے۔ اس کا تعلق لے آؤٹ میں موجود دیگر عناصر کے سائز سے بھی ہوتا ہے۔ موازنہ کرنے سے کسی شے کے اصل سائز کا پتہ چل جاتا ہے۔ سب سے بڑے عنصر کا اثر بھی عموماً سب سے زیادہ مرتب ہوتا ہے۔

آئرن کوڈ (Code) کے طور پر استعمال کیا جائے تو اس سے مخصوص عناصر کی درجہ بندی کرنے کا کام لیا جاسکتا ہے۔ تاہم طاعت کے نقطہ نگاہ سے دیکھا جائے تو رنگوں کا استعمال ایک مہنگا سودا ہے۔

بافت (Texture)

خاکستری رنگوں میں پیش کردہ امتیازی نمونہ (رنگین سطح کے نوعی شدتی) حزن کو بافت کہتے ہیں۔ اس سے دیکھنے والے کے ذہن میں ایسے جذبات سر اٹھاتے ہیں جو مناظری (Optical) یا فیزیکی (Physical) ہو سکتے ہیں۔ اسی طرح اس بافت (Texture) کو نرم، سخت، ہموار اور ناہموار جیسی اصطلاحات سے بھی ظاہر کیا جاتا ہے۔ حد تو یہ ہے کہ کاغذ کی سطح کی بھی بافت یا باطوت ہوتی ہے اور یہ بافت نظام کو متاثر کرتی ہے اور اسی لیے یہ ڈیزائنر کے حد بصیرت (Purview) میں آتی ہے۔

وضع قطع، شکل و صورت (Shape)

گر اگر ڈیزائنر کے لیے شکل و صورت یا وضع قطع زیادہ تر دو جہتی (Two Dimensional) ہوتی ہے۔ اس کا استعمال گہرائی کا ابھام پیدا کرنے

رنگ (COLOUR)

رنگ (Colour)

پیغام جذب کرتا چلا جاتا ہے۔ پند رنگ مہربانی (Richness)، عظمت (Dignity) اور وقار (Prestige) عطا کرنے والے ہوتے ہیں۔ اسی طرح رنگوں سے دیگر مزاجی کیفیات (Moods) کی عکاسی بھی کی جاسکتی ہے۔

- کبھی کبھی کسی پیغام میں موجود چندہ عددوں (Chosen Items) میں رابطہ قائم کرنے کے لیے رنگ استعمال کیا جاتا ہے۔

رنگ کی جہتیں (The Dimensions of Colour)

رنگ کی جن جہتیں ہوتی ہیں:

- (1) ہیو (Hue): یہ رنگ کا نام ہوتا ہے جیسے ہرا، نیلا یا کچھ اور۔
- (2) قدر (Value): رنگ کے پچھلے یا پچھلے (Lightness) یا ٹون (Tone) کو قدر کہتے ہیں۔ ٹون جتنی پچھلی ہوتی ہے رنگ کی قدر بھی اتنی ہی اعلیٰ تر ہوتی ہے۔ رنگ میں سفید ملا کر ٹینٹ (Tints) حاصل کیے جاتے ہیں اور رنگ میں سیاہی ملا کر شیڈ (Shades) حاصل کیے جاتے ہیں۔
- (3) کروما (Chroma): کروما رنگ کی چمک (Brightness) یا اس کی شدت (Intensity) کو کہتے ہیں۔ دھندلے رنگوں کی شدت کم ہوتی ہے۔ اگر ہم سے چمک دار، پچھلے (Soft)، بھورے رنگ کے بارے میں پوچھا جائے تو اس کا مطلب ہے کہ ہم سے اسی ترتیب میں کروما، قدر (Value) اور ہیو (Hue) کے بارے میں (کچھ) کہا جا رہا ہے۔

ہیو رنگ کی پہچان ہوتی ہے۔

قدر (Value) نوع شگفت ہوتی ہے۔

کروما (Chroma) چمک یا رنگ کی شدت ہوتی ہے۔



HUE IS THE IDENTIFICATION
OF THE COLOUR
VALUE IS THE TONAL QUALITY
CHROMA IS THE BRIGHTNESS
OR INTENSITY

رنگ وہ واحد حقیقت ہے جو سیاہ و سفید رنگوں میں چھپے ہوئے کسی بھی پیغام کی شکل و صورت کو تبدیل کر دیتا ہے۔ چاہے فضیل ہو یا صرف ٹائپ (Types) یا مکمل داغداد (Combination) — جب بھی انھیں کسی رنگ میں ملایا جاتا ہے ایک خوش نما ماحول کی عکاسی ہوتی ہے۔ اس باب میں رنگ سے مراد سیاہ رنگ نہیں ہے حالانکہ پرنٹر کے نزدیک سیاہ بھی ایک رنگ ہی ہے۔ ہمیں کسی شے کا جیسا رنگ نظر آتا ہے وہ دراصل سفید روشنی کا وہ حصہ ہوتا ہے جو اس شے سے منعکس ہو کر ہماری آنکھوں میں پہنچتا ہے۔ سفید روشنی کے ہائی فائڈ اجزاء کو یہ شے اپنے اندر جذب کر لیتی ہے۔ مشورہ (Prism) روشنی کے سات اہم اجزاء (رنگوں) کو الگ الگ کر دیتا ہے۔ نیون کے (Disc) قہر سے اس کے برعکس بھی کیا جاسکتا ہے۔

رنگ کا استعمال (Uses of Colour)

- پوری طرح رنگین تصویروں (فضیل سے بیان کردہ موضوع کی صداقت اور حقیقت بولتی ہوئی نظر آتی ہے کیونکہ قدرتی ماحول میں چند چیزیں ہی سیاہ یا خاموشی ہوتی ہیں۔
- تاہم ان سے تعذر راتی — حتیٰ کہ باوقی الفطرت (Supernatural) ماحول بیان کرنے میں مدد دیتی ہے۔
- سیاہ اور دیگر رنگوں کا استعمال امتیاز پیدا کرنے میں بھی کیا جاتا ہے اور اس طرح پیغام سے متعلق ہوشیاری برتتے جان پر زور دینے کے لیے انھیں کا استعمال کیا جاتا ہے۔ اس سے عموماً خریداروں کو فائدہ پہنچتا ہے۔
- کوڈ (Code) کے طور پر رنگوں کا استعمال نقشوں اور چارٹوں یا کتاب کے شروع اور آخر کے حصوں (Fly Leaves) کے لیے کیا جاتا ہے۔
- آنکڑاوقات کسی خاص راستے پر قاری کو گامزن رکھنے کے لیے رنگوں سے اس کی رہنمائی کی جاتی ہے اور اس طرح قاری مطلوبہ تواتر میں

چند تعریفیں (A Few Definitions)

پرائمری رنگ: ان رنگوں کو کہا جاتا ہے جنہیں ان کے اجزائے ترکیبی میں مزید اور نہیں توڑا جاسکتا۔ زرد، نیلا اور لال پرائمری رنگ ہوتے ہیں۔

سینڈری رنگ: دو پرائمری رنگوں کو یکساں مقدار میں ملائے پر ثانوی یا سینڈری رنگ حاصل کیے جاسکتے ہیں۔ اس طرح نارنجی، ارغوانی (Mauve) اور ہرے رنگ کو سینڈری یا ثانوی رنگ کہا جاتا ہے۔

علاقائی رنگ (Local Colour): اپنی طبعی حالت (Physical Composition) کی بنا پر کسی شے کو اختیار کردہ رنگ مختلف دکھائی دے سکتا ہے (رنگ کی ظاہری تبدیلی)۔ مثال کے طور پر لال پس منظر میں زرد رنگ کی کٹی چڑیا کی نظر آسکتی ہے، اسی طرح نیلے پس منظر میں ہری، سیاہ پس منظر میں نورانی، سفید پس منظر میں زرد اور دھندلی سی نظر آسکتی ہے۔

اکرومک کمراسیم (Achromatic Colour Scheme): یہ سیاہ اور اس کی مختلف ٹون (خاکستری رنگوں) پر مبنی ہوتی ہے۔

مونوکرومک کمراسیم (Monochromatic Colour Scheme): اس اسیم میں کسی ایک رنگ کی مختلف ٹون ملوث ہوتی ہیں جیسے گہرا، درمیانہ، ہلکا براؤن وغیرہ۔

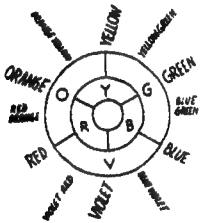
ہائی کی (High Key): ایسی کمراسیم کو کہتے ہیں جس میں سوٹ چمکل شیڈ (Soft Pastel Shades) کے پس منظر میں تیز چمک دار رنگوں کو استعمال کیا جاتا ہے۔ سوٹ چمکل شیڈ کو ”لو“ کی (low key) تصور کیا جاتا ہے۔

مماش (ہم آہنگ) کمراسیم (Analogous (Harmony) Colour Scheme): اس اسیم کے تحت کمر و میل پر واقع ملحق رنگوں کو استعمال کیا جاتا ہے اور اسی لیے یہ ہم آہنگ دکھائی دیتے ہیں۔

کمر و میل (Colour Wheel)

یہ دائرہ پر واقع رنگوں کی ایسی باقاعدہ ترتیب ہوتی ہے جس کا مقصد رنگوں کے انتخاب اور ان کے آپس رشتوں کے کچھ پہلوؤں کا مطالعہ کرنا ہوتا ہے۔ کمر و میل کی تصویر سے یہ واضح ہو جاتا ہے کہ پرائمری اور سینڈری

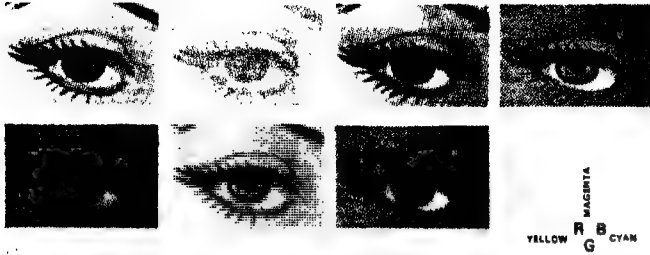
رنگوں سے چار مختلف رنگ بنتے ہیں۔ ان رنگوں کے درمیان ابتدائی رنگوں کی کمی بیشی سے رنگوں کے دیگر تغیرات (Variations) بھی حاصل ہوتے ہیں۔ ایک دوسرے کے نزدیک واقع رنگوں کو ہم آہنگ انتخاب (Harmonious Selection) تصور کیا جاتا ہے کیونکہ ان میں کچھ رنگین عناصر مشترک ہوتے ہیں جبکہ ان رنگوں کو ایک دوسرے کا مخالف سمجھا جاتا ہے جو ایک دوسرے سے فطری اعتبار سے (Diametrically) مخالف ہوتے ہیں۔ کیونکہ فطری اعتبار سے مخالف رنگ ابتدائی رنگوں کی پوری کٹی چمکیل کرتے نظر آتے ہیں اس لیے انھیں چمکیلی (Complimentary) رنگ کہا جاتا ہے۔ اس طرح ہر ا لور لال ایک دوسرے کے کا چمکیلی سمجھتی ہیں۔ دھوپ سے اپنے نسبت (Association) کی بنا پر زرد، نارنجی اور لال رنگوں کو گرم (Warm Hue) سمجھا جاتا ہے۔ اسی طرح ہرے، نیلے اور ارغوانی (Mauve) رنگوں کو خنڈا رنگ (Cool Hue) تصور کیا جاتا ہے۔ انھیں ہاتھ چپ طور پر پیش قدمی کرنے والے اور دور دیکھنے والے رنگ بھی کہا جاتا ہے کیونکہ ایک دوسرے کے برعکس دوائے سی نظر آتے ہیں۔



رنگوں کی علیحدگی اور تیار

(Colour Separation and Reproduction)

یہ ایک نیم ہوز نظریہ (Young-Helmholtz Theory) "سہ رنگی بصارت" (Three Colour Vision) پر مبنی ہے جس کی کہ ہماری آنکھیں سمیٹہ روشنی کی مثل میں دیکھتی ہے۔ وہ دراصل تین رنگوں نیلے، ہرے اور لال سے بنی ہوئی ہوتی ہے (ہر ایک رنگ کی شعاعوں کی طول



ابتدائی زرد یا زرد پرنٹر (Yellow Printer) (کنڈہ کاری Engraving) کے ابتدائی تفریقی رنگ (Subtractive Primaries) ہوتے ہیں۔ اسی طرح ہرے فطرے تیز سرخ پرنٹر (Magenta Printer) اور لال فطرے نیلگوں پرنٹر کے حصول میں مدد ملتی ہے۔

مندرجہ بالا تصویر چار پرنٹ یا اینگریونگ (Engravings) کے سیٹ سے بنائی ہوئی کاپیوں (Impressions) کو دکھاتی ہے (کار لاکر کمرانی دکھانے کے لیے شامل کیا گیا ہے)۔ ان کاپیوں میں اصل کے مطابق شبیہ اتارنے کے لیے ترجیح دار نیلگوں، زرد، تیز سرخ اور سیاہ پرنٹس روشتائیاں استعمال کی گئی ہیں۔ ان کاپیوں (Impression) کو مجموعی طور پر "پروگریسو پرووفوں کا سیٹ" (A Set of a Progressive Proofs) کہا جاتا ہے۔ کنڈہ کاری انجیلو پرنٹر کے سیٹ کے ہر لو پرنٹر کو سوئچ دیتا ہے۔ پروگریسو پروف سے پرنٹر کو بڑی مدد ملتی ہے۔ وہ طاعت کے دوران روشتائیاں، دباؤ (Pressure) اور رجسٹریشن (Registration) کو کنٹرول کر کے ایسی ہی شبیہ تخلیق کر دیتا ہے۔

اگلے صفحہ پر جو تصویر دکھائی گئی ہے اس میں اس بات کا امکان بھی موجود ہے کہ چار رنگی معیاری طاعت (Standard - 4 Colour Printing) سے رنگوں کا ایک پورا سلسلہ حاصل کر لیا جائے۔

پروسیس ری پروڈکشن (Process Reproduction) کے دوران مندرجہ ذیل خصوصیات کو ملحوظ رکھا جائے گا:

(۱) کسی بھی رنگ کی مختلف ٹول قدروں کے حصول کے لیے ہر ایک سچریشن پرنٹر (Separation Printer) اسکریننگ (Screening) کی

موج (Wave Length) مختلف ہوتی ہے۔ ان تین رنگوں کی روشنی "ایڈیٹڈ پرائمری" (Additive Primaries) کہلاتے ہیں جو ان رنگوں کی جانب سے حساس ہوتے ہیں۔ جب کسی شے سے منعکس ہو کر آنے والی روشنی ان پر آکر پڑتی ہے تو ان میں تحریک شروع ہو جاتی ہے اور یہ نظیری شکل دماغ کو بھیجتے ہیں۔ دماغ میں ای شے کی شبیہ بن جاتی ہے۔ جب ابتدائی رنگوں میں سے کوئی رنگ الگ کر دیا جاتا ہے تو آکھ کو مندرجہ ذیل انداز میں رنگوں کا تملود دکھائی دینے لگتا ہے۔

نیل + برا = نیلگوں (Cyan) نظر آتا ہے۔

برا + لال = زرد (Yellow) نظر آتا ہے۔

لال + نیلا = تیز سرخ (Magenta) نظر آتا ہے۔

تیز سرخ، زرد، نیلگوں رنگوں کو "تفریقی ابتدائی رنگ"

(Subtractive Primaries) کہا جاتا ہے۔ ان کے نظیری مکملیت (Pigments) بھی ہوتے ہیں اور ان کا نام بھی سبب ہوتا ہے۔ یہ مکملیت لال، زرد اور نیلے کے نام سے مشہور ہیں۔ جب ابتدائی رنگوں کے مثلی کلر (Multi Colours) کو علیحدہ کرتا ہو تو اسی اصول کو بروئے کار لایا جاتا ہے (عام طور پر مسلسل ٹون آرٹ)۔ جب کسی روشن ابتدائی رنگ (Illuminated Original Colour) سے آنے والی روشنی نیلے فطرے ہو کر گزرتی ہے تو اس سے صرف نیلی شے میں ہی گزر سکتی ہیں اور فلم (Film) پر درج ہو کر (سیلوٹک کے طور پر) تکلیف بخاتی ہیں۔ ہم اسے زرد تکلیف کہتے ہیں کیونکہ اس تکلیف سے جب باطنی پایا جائے گا تو اس میں نیلا رنگ نہیں ہوگا بلکہ یہ لال اور نیلے ایڈیٹڈ (Additives) رنگارنگ کپانے کا جو نظیری طور پر

(Fountain) میں موجود روشنائی کے رنگ پر ہوتا ہے۔ پرنٹر کے نزدیک ”سیلا“ بھی ایک رنگ ہے۔ جب آپ سیلا یا کسی رنگ میں کام کرتا چاہیں تو وہ دونوں ہاتھوں کو ایک رنگ پر خشک سمجھتے ہیں۔ اسی طرح سیلا اور کسی اور رنگ کی (مشترکہ) پر خشک کو دودھ کی طرح سمجھا جاتا ہے کیونکہ اس کام کے لیے ہر خشک مشین پر دودھ رنگوں کی ضرورت ہوتی ہے۔

— لیدائن میں دوسرے رنگ میں مطلوب عناصر کو ایک علیحدہ فرے کے طور پر کمپوز کرنا ہوتا ہے اور اس کے لیے مشین پر دوسرے رنگ کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس کے لیے فائونٹین میں مطلوبہ شید یا رنگ (Shade or Hue) کی روشنائی بھی بھرتی ہوتی ہے۔

— اسی طرح سرنگی مطاعت کے لیے مشین کے لیے مشین پر تین مختلف رنگ (Runs) دوکار ہوتے ہیں اور ہر رنگ کے لیے ایک مختلف فرے اور مختلف رنگ کی ضرورت ہوتی ہے۔

— مذکورہ بالا معاملات میں رنگین علاقے ایک دوسرے کے پہلو در پہلو بھی واقع ہو سکتے ہیں اور ان کے لیے پین پائنت رجسٹر کی ضرورت بھی پڑ سکتی ہے یا پھر گہرے رنگ کو کچلے رنگ پر ملج کیا جاسکتا ہے (پراپوزڈ) اور کچھ ”پوری طرح تیار لے آؤٹ (Finished Art-Layout)“ پر خشک مشین اس انداز سے تیار کی جاتی ہے کہ رجسٹریشن کے معاملہ میں ہم آہنگ نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

ہمارے لیے سب سے زیادہ دلچسپی کا باعث ایک ہی مثیل اور ایک ہی سائز کی ایک ہاف ٹون کی دوسرے ہاف ٹون پر ہونے والی پر خشک ہوتی ہے۔ ایک ہی تصویر کے دونوں اور تقریباً متساوی (Identical) ہاف ٹون کے رنگوں کے گریڈ کو کنٹرول اور بہتر اختلاف (Contrast) پیدا کر کے روشن اور تاریک پہلوؤں کی تفصیل اجاگر کیا جاتا ہے۔ اس قسم کی دو رنگی مطاعت کو ”ڈیو-ٹون“ (Duotone) کہا جاتا ہے۔ ہلاک خانے والے (Block Maker) مطاعت کو انجام دینے میں مدد کرتے ہیں۔

کثیر رنگی ہاف ٹون پر خشک

(Multicolour Halftone Printing)

تین رنگوں میں پراپوزڈ (Superimposed) ہاف ٹون کے لیے



جانی ہے۔

(2) چار یا کم تعداد والے رنگوں کی مختلف نسل قدریں اس وقت ان چار رنگوں سے مختلف نظر آنے لگتی ہیں جب ضرورت سے زیادہ چھپائی کی جاتی ہے۔ اس کے لیے اسکرین ڈاٹ (Screen Dots) ایک دوسرے کے پہلو پر پہلو رکھے جاتے ہیں اور جہاں بھی وہ ایک دوسرے کو اور لپ (Overlap) کرتے ہیں وہیں، روشنیوں کے شفاف ہونے کے سبب، رنگوں کی آمیزش صاف دکھائی دینے لگتی ہے۔

(3) نسبی کمیتوں (Relative Masses) کی بالکل صحیح ترتیب کے حصول کے لیے پروسس کیمرا (Process Camera) سے مدد لی جاسکتی ہے۔ ہر سر کو لکھنا تاز (Astigmatise) کر لیا جاتا ہے اور رنگوں کو درست کر لیا جاتا ہے۔

(4) اگر چاروں رنگوں میں آؤٹ لائنیں موجود ہوں تو ان پر لائن آرٹ درک کرنا پڑتا ہے اور اس کام کے لیے پہلے لائن ٹیکینگ بناتے ہوئے ہیں اور پھر انھیں ہاف ٹون ٹیکینگ سے متحدہ کرنا ہوتا ہے۔

رنگین مطاعت (Colour Printing)

مطاعت کے رنگ کا دار و مدار پر خشک پرنٹس کے فائونٹین

کرنا چاہیے تاکہ پلٹ کی تیزی اور رنگوں کی علیحدگی (Colour Separation) اطمینان سے ہو۔

● کچھ میگزین سیاہ رنگ کے علاوہ صرف منتخب رنگوں کے استعمال کی اجازت دیتے ہیں۔ یہ عام طور پر کوئی ایسا شیڈ ہوتا ہے جو سفید کاغذ پر نہایت عمدہ اگلے اور سمجھ میں آجائے والے حروف مرتب کرنے میں مدد دیتا ہے اور سیاہ رنگ میں لائن اور ہلف ٹون کی صورت پر خشک (Overprinting) کی ضرورت اجازت دیتا ہے۔ مگر ایسے رنگ کا انتخاب بالخصوص کرنا ہے اور وہ ایسا کرتے وقت ایڈیٹر اور موصول اور دیگر مشتملین کے معاملات کا دھیان رکھتا ہے۔

● پوسٹروں میں دونوں یعنی ہلف ٹون اور فلیٹ رنگوں (Flat Colours) کا استعمال ہوتا ہے۔ روشنائی کے رنگوں کی پچھلی کی اہمیت ہوتی ہے کیونکہ پوسٹروں کو دھوپ اور مختلف موسموں کی شدت برداشت کرنی ہوتی ہے۔

● بلاواسطہ سیل (Direct Mail) سے ڈیزائنر کو نہ صرف پر خشک کی روشنائیوں اور رنگوں کے انتخاب میں بلکہ رنگین کاغذوں کو استعمال کرنے میں بھی مدد ملتی ہے۔ رنگین کاغذوں پر کی جانے والی طبعیت مرنی اثرات (Visual Effect) کو ایک نئی وسعت عطا کرتی ہے۔ سفید کاغذ پر سالہ کلر کی طبعیت کے مقابلہ میں رنگین کاغذ زیادہ سستے ہوتے ہیں مگر مشتمل کو کارخانہ داروں (Manufacturers) کے فراہم کردہ رنگ پر ہی اتکا کرنا پڑتا ہے۔

تین بنیادی رنگ زرد، لال اور نیلا استعمال کیے جاتے ہیں کہ نیک چمک دار متحرک رنگوں کا ایک طویل سلسلہ حاصل کرنے کے لیے انھیں پرامیڈز کیا جاتا ہے۔ انکڑا ایسا بھی ہوتا ہے کہ ضرورت کے مطابق زیادہ مگرانی دکھانے کے لیے سیاہ رنگ کو چمکے رنگ کی حیثیت سے طبع کیا جاتا ہے۔ (ملاحظہ کیجیے موزون کھارے میں رنگین کھارے)۔

مذکورہ بالا کام کے لیے خصوصی طور پر تیار ایسی روشنائیاں استعمال کی جاتی ہیں جن سے اعلیٰ کروا (High Chroma) والے زیادہ سے زیادہ ممکنہ رنگ مل جاتے ہیں۔ ان روشنائیوں کو ”پروسس روشنائیاں“ (Process Inks) کہا جاتا ہے۔

اشہاری ذرائع میں (استعمال ہونے والے) رنگ (Colour in Advertising Media)

● رنگوں کے استعمال کے معاملہ میں اخبارات سب سے زیادہ حد بندی (Limitation) قائم کرتے ہیں۔ بشکل ہی کوئی رنگین اشہار اخبارات میں شائع ہونے ہیں حتیٰ کہ فیصد میں بھی رنگین اشہارات شائع نہیں ہوتے۔

● تمام رنگوں میں زیادہ تر اشہارات میگزینوں میں چھپتے ہیں چاہے اس میں پر خشک سے متعلق کوئی پروسیس بھی کیوں نہ استعمال کرنی پڑتی ہو۔ میگزینوں میں اشہار کی شرح میں بھی سب سے زیادہ ہوتی ہیں اور رنگین اشہارات سے میگزینوں کو آمدنی بھی بہت ہوتی ہے۔ رنگین اشہارات کافی عرصہ قبل جن

لے آؤٹ کے اصول (Principles of Layout)

کے تحت پر ٹک (Fulcrum) سے زیادہ فاصلہ پر بیٹھ کر ٹک کے نزدیک بیٹھ
ہوئے سوئے سے آوی کو متوازن کر رہا ہو۔

ہر ایک لے آؤٹ کے لیے باقاعدہ قوانین چاہیے۔ کسی مستحکم
نظارہ کا مظاہرہ ہی کیوں نہ کر رہا ہو بہر حال اس کی یکسانیت آنکھیں دلی ہوتی
ہے۔ حتیٰ کہ ایک نا تجربہ کار بھی اسے جلد سمجھ سکتا ہے۔ بے قاعدہ قوانین
بہت سی ممکنہ تر تباہت مہیا کر دیتا ہے۔ جب نگاہیں ایک چیز پر سے بکسلتی
ہوئی کسی دوسری شے پر مرکوز ہونے کی کوشش کرتی ہیں تو تمام نظارہ بڑا
متحرک ہو جاتا ہے۔ اس میں ہار کی اور ندرت زیادہ ہوتی ہے اور مناظری طور
پر اندراجات (Items) کو متوازن کرنے کا بہتر تجربہ سے ہی سیکھا جاسکتا ہے۔
بے قاعدہ قوانین (Informal Balance) دکھا کر ہم چیزوں کو حرکت میں
دکھاتے ہیں اور اس سے لے آؤٹ کی خوشنمائی میں بھی اضافہ ہو سکتا ہے
جب کہ باقاعدہ قوانین سے یہ بات پیدا نہیں ہوتی۔

(2) تناسب (Proportion)

سائز اور وزن (رنگ اور نونل کشافٹ) کے مابین واقع نسبت کو
تناسب کہا جاتا ہے۔ جب دو عناصر شانہ بشانہ رکھے ہوں تو وہ دیکھنے والے کے
ذہن میں لازماً ایسے مابین تناسب کا مشاہدہ کرنے کی حس اجاگر کر دیتے ہیں۔
ایک عنصر کی چوڑائی اور گہرائی اور اس کے مجھے آپس میں اور دیگر
عناصر کی چوڑائی اور گہرائی اور اشتہار کی لمبائی چوڑائی (پورے سائز) سے تعلق
رکھتے ہیں۔ ان سب باتوں کو دھیان میں رکھا جاتا ہے۔ ان تمام عناصر کے
درمیان جگہ جگہ اہم کردار ادا کرتی ہے۔ (دیکھیے A)۔

کچھ موقعوں پر اس بات کی اہمیت بڑھ جاتی ہے کہ ایک چلی بھائی
سائز والی شے کو استعمال کر کے کسی دوسری ایسی شے کی جسامت دکھائی
جائے جس کی اسکی وضع قطع ہی گمراہ کن ہو۔ جیسے ایک چھوٹا سا زارہ بھی
خوردین سے دیکھنے پر پہلا نظر اُسکتا ہے۔ جگہ کو دو یا چار مساوی حصوں میں
تقسیم کرنے سے اجتہاد کیا جاتا ہے۔ سہرے لمبوترے (Golden Oblong)
یعنی 3:5 کو نویت دی جاتی ہے کیونکہ یہ دیکھنے پر زیادہ جوش آفریں لگتا ہے۔

لے آؤٹ میں استعمال ہونے والے عناصر اور اجزا ڈیزائن کے
بنیادی اصول کے مطابق ہوتے ہیں تاکہ ان میں مناسب ترتیب اور درستی
پائی جائے۔ مگر ایک لے آؤٹ (Graphic Layout) کے لیے یہ اصول ایسے
ہی ہوتے ہیں جیسے نثر کے لیے گرامر کے اصول۔

ان (اصولوں) کی تعداد اس بات پر منحصر ہوتی ہے کہ آپ کس
قسم کے الفاظ / کلمات استعمال کرتے ہیں۔ مندرجہ ذیل اصول کافی حد تک
آفاقی طور پر تسلیم شدہ ہے۔

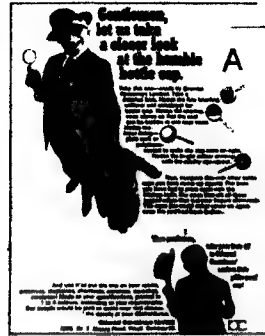
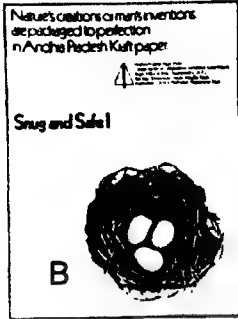
اپنے مقاصد کے حصول آدری کے لیے ہم جن اصولوں کو بروئے
کار لاتے ہیں ان کا تعلق دو جہتی (Two Dimensional) علاقے سے ہے جسے
ہم مکمل جگہ یا جیٹل سپیس (Space) بھی کہتے ہیں۔

(1) توازن (Balance)

لے آؤٹ میں موجود عناصر کے درمیان توازن موجود ہونا
چاہیے۔ مختلف عناصر میں ان کے سائز اور نونل کشافٹوں (Tonal
Densities) (قدروں) کی مناسبت سے ہی اوزان (Weights) بھی ہونے
چاہئیں یعنی کشافٹ کے اعتبار سے اہمیت بھی ہونی چاہیے۔

لے آؤٹ کے فریم ورک (حدود) کے اندر یہ اوزان ایک
دوسرے کے متوازن ہونے چاہئیں یعنی ایک عنصر کا دوسرے عنصر پر اتنا بڑا
نہ ہونا چاہیے کہ وہ فریم ورک میں ماند پڑ جائے یا جس کی وجہ سے ناظر
توازن کی ضرورت پیش آجائے۔ عناصر کو چاہیے کہ وہ اشتہار کو سکون کی
حالت میں رہنے دیں۔ تاہم تمام عناصر کا فی جاندار ہونے چاہئیں۔

توازن باقاعدہ (متشاکل) بھی ہو سکتے ہیں اور بے قاعدہ
(غیر متشاکل) بھی۔ باقاعدہ توازن پیدا کرنے کے لیے اشتہار
(Advertisement) کے نصف بائیں جانب واقع عناصر کے سائز، شکل و
صورت (وضع قطع) اور وزن کو نصف دائیں جانب میں دہراتا ہوتا ہے جیسے
تاج محل کو مثل کے طور پیش کیا جاسکتا ہے۔ بے قاعدہ نوعیت کے توازن
میں اوزان منقری طور پر توازن میں ہوتے ہیں مگر طبعی طور پر توازن میں
نہیں ہوتے۔ بالکل ایسے ہی سمجھ لیجیے جیسے ایک بچہ ”سی سا“ (See-saw)



کسی بھی جگہ میں مختلف عناصر کی جڑوں میں تبدیلی کے کے عمودی یا افقی دور احساس پیدا کیا جاسکتا ہے۔

(3) ترتیب / توالی (Sequence/ Rythm)

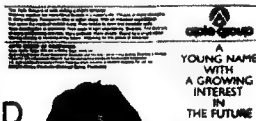
کسی کہانی کو ابتدا سے عروج تک بھی بیان کیا جاسکتا ہے اور اس طرح بھی بیان کیا جاسکتا ہے کہ پہلے عروج بیان کر دیا جائے، پھر مختلف واقعات بیان کیے جائیں۔ چاہے ایسے ہو یا بے بہر حال اس میں ایک ترتیب ضرور ہوتی ہے۔ اسی طرح لے آؤت میں بھی ترتیب برقرار رکھنا نہایت ضروری ہے کیونکہ ہم تکنیک قلیل عرصہ میں اپنے پیغام کی ترسیل چاہتے ہیں۔

اس مقصد کے حصول کے لیے عناصر کو آنکھ کی حرکت کے عمودی خط کے ساتھ مرتب کیا جاسکتا ہے جیسے سب سے اوپر دائیں جانب، سب سے اوپر دائیں جانب، نیچے دائیں طرف، نیچے دائیں طرف (دائیں/ بائیں)۔ یہ انداز آنکھ کے دائیں والے کیسائیٹ والا بھی ہو سکتا ہے۔ اسی لیے ڈیڑا ستر ایک کٹاری کی رہنمائی اس انداز میں کر سکتا ہے کہ اس (کٹاری) کی ٹکائیوں سے مقصد کو دھر دھر نہ بھٹکے پائے اور وہ ایک متعینہ رول پر گامزن رہے۔

اس سلسلہ میں وہ مندرجہ ذیل حقائق سے استفادہ کر سکتا ہے:

- چھوٹے اور بچکے عناصر کے مقابلہ بڑے اور تکثیف تر عناصر اپنی جانب زیادہ توجہ مبذول کرا لیتے ہیں (دیکھیے B)۔

- کسی مجوزہ رول پر چلتے چلتے دائیں جس جگہ سے حسرت لگاتی ہوں وہاں ایک لطیف سی ترتیب، غلطو باتیروں کے نشانات کے مقابلہ ڈیڑا ستر



غیر حقیقی بھی۔ غیر حقیقی محور زیادہ معنی خیز ہوتے ہیں۔ ڈیزائنز کو کاروائی کرنے کے زیادہ مواقع فراہم کرتے ہیں۔ دراصل اگر دو یا دو سے زیادہ محاصرہ ایک ہی محور استعمال کریں تو اس سے لازمی طور پر اتھاروی رشتہ قائم ہو جاتا ہے۔

- ایسا محسوس ہوتا ہے کہ آکھ بھی کسی مکمل جگہ میں واقع تین چیزوں کو منسلک کر کے ان میں ایک رشتہ قائم کر سکتی ہے۔ ڈیزائنز اس ترتیب سے مبرچرہ استفادہ کرتے ہوئے پیغام کو تین اکائیوں یا عناصروں میں تقسیم کر دیتا ہے (دیکھیے D)۔

(s) کنٹراسٹ (درد احساس) Contrast (Emphasis)

یہ بہت اہم ہے کہ کسی ایک عنصر کو چاہے یہ عنوان ہو یا خاص نشان (Signature) یا کاپی یا پمبلے یا ان کا ایک حصہ ہی کیوں نہ ہو۔ مبرچرہ انداز میں اثر انداز ہونے دیا جائے اور باقی محاصرہ کو ڈیملی کردار ادا کرنے دیے جائیں۔ ایک مرتبہ اگر قارئین کا درجہ (Attitude) معلوم ہو جائے تو پھر اس سے قارئین تک پیغام رسائی تیر بھرف انداز میں کرنے میں مدد ملتی ہے۔

کے لیے زیادہ امکانات پیدا کر دیتی ہے (دیکھیے C)۔

- اسی طرح میگزین نا ترتیب کے ساتھ ساتھ قاری کی رہنمائی کرنا ایک اور پسندیدہ طریقہ ہے۔

(4) اتحاد (ہم آہنگی) Unity (Harmony)

اس سے یہ مراد ہے کہ لے آؤٹ کے عناصر ایک دوسرے سے رجا رکھتے ہیں۔ ایسا نہیں کہ ان میں ایک دوسرے سے کوئی سروکاری نہ ہو۔ متحد ہو کر یہ وہ ایک ہم آہنگ اکائی تشکیل دیتے ہیں۔ ہم آہنگی کے حصول کے لیے مختلف عناصر میں چند مشترکہ باتیں موجود ہونی چاہئیں جیسے وضع قطع، سائز، بافت، رنگ، مواد وغیرہ۔

مندرجہ ذیل ترکیب پر عمل کر کے ان میں ایک دوسرے سے جدا نہیں ہونے دیا جاتا:

- تمام اطراف میں پور ڈھانچے یا کافی سفید جگہ تشکیل دینے سے کسی بھی حصہ کو باقی دیگر حصوں سے جدا نہیں ہونے دیا جاسکتا ہے۔
- عناصر کو متحد رکھنے کی سب سے زبردست ترکیب، محور (Axis) تشکیل دینا ہوتا ہے۔ ایک سے زیادہ محور بھی ہو سکتے ہیں — حقیقی بھی اور

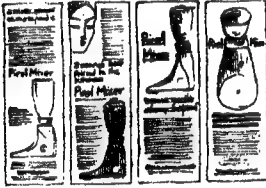
لے آؤٹ، قدم بہ قدم (Layout, Step by Step)

لے آؤٹ (Layout)

جانے والے رنگ وغیرہ کے بارے میں یقینی مکمل منصوبہ بندی کے بارے میں پوری معلومات ہوتی ہے۔ ایک عموماً لے آؤٹ کی جانچ اس طرح ہوتی ہے کہ اگر اس میں سے ایک عنصر بھی کم ہو جائے تو لے آؤٹ کا توازن، تناسب، اتحاد اور جادو وغیرہ بگڑ جاتا ہے۔

(1) قصبہ ٹیل (Thumbnails)

کسی بھی لے آؤٹ ایسائنمنٹ (Layout Assignment) کسی کے لیے چھوٹے سائز کے اسکیچس (Sketches) ہوتے ہیں۔ یہ لے آؤٹ بنانے کی سب سے پہلی اسٹیج ہوتی ہے جسے عموماً سلیڈ کاغذ پر قلم، پینسل، ہال پوائنٹ، فیلٹ مارکر (Felt Marker) یا کسی بھی ڈرائنگ بنانے والی چیز سے بنایا جاتا ہے۔



یہاں جو تصویر دکھائی گئی ہیں ان میں مشورہ کے مطابق اصلاحات کی جاسکتی ہیں۔ اس میں ایک ہی سائز کی ریف تصاویر نیم خفایہ کپڑے پر بنائی گئی ہیں۔ اس طرح بہتر فیصلہ کرنے میں آسانی ہو جاتی ہے اور غلطیاں ہونے کے امکانات نہایت کم ہو جاتے ہیں۔

مقصد

• ریف لے آؤٹ کو گاہک کے سامنے رکھا جاتا ہے تاکہ وہ اس کے مرئی پیغام اور مجموعی عناصر سے مرتب ہونے والے پیغام کو محسوس کر سکے۔

لے آؤٹ تیار کرنے کا مطلب ہوتا ہے دی ہوئی جگہ میں بصری پیغام کے اجزائے ترکیبی کو مرتب کرنا۔ انسانی ذہن میں اس ترتیب کے لیے مختلف تصورات تخلیق کے کوئڈے کی مانند آتے جاتے رہتے ہیں مگر ان میں پیش کرنے کے لیے کاغذ پر مرتب کرنے کے سلسلہ میں، باقاعدہ نوعیت کے مختلف مراحل سے گزرنا پڑتا ہے اور اس بات کا مطالعہ کر لینے کے بعد یہ بات آپ پر واضح ہو جائے گی۔ ہر اسٹیج یا مرحلہ کا کچھ نہ کچھ مقصد ہوتا ہے۔ لے آؤٹ ڈیزائنر ایک چھوٹے سے محدود دائرہ میں کام کرتے ہیں مگر اس کے باوجود بھی ان کے سامنے تخلیق انجام دینے کے بھرپور مواقع موجود ہوتے ہیں۔

انجینیئری اسٹوڈیو میں کام کو تخلیقی کام اور میکانیکی کام کے ماہرین کے مابین تقسیم کر دیا جاتا ہے۔

لے آؤٹ ہی کیوں؟

(1) یہ ایسے مختلف عناصر کے آپسی رشتہ کو دکھانے والے تصور کا طبیقی اظہار ہوتا ہے جو اشتہار کے پورے پیغام کو تشکیل دیتے ہیں۔ تخلیق نگاروں کے پاس مواقع ہوتے ہیں کہ وہ اپنے گاہکوں کو پیش کرنے سے قبل اسے اور بہتر بنا سکیں۔

(2) گاہک کے لیے جلدی کوئی محفل نہیں رہ پاتی۔ عموماً وہی پروڈکشن کے لیے صرف تکنیکی اصلاح کی محفل رہ جاتی ہے۔

(3) اسٹوڈیو کے پاس، پوری طرح تکمیل شدہ (Finished) آرٹ ورک کے مختلف اجزائے ترکیبی کی کاپی (تحریری مواد) اور تصویروں کو جمع کرنے کے لیے ایک واضح منصوبہ بندی موجود ہوتی ہے۔

(4) چھاپنے والے کے پاس ایک بصری گائیڈ لائن (Visual

Guidelines) ہوتی ہے جس میں ٹائپ سیٹنگ (Typesetting)

حروف سازی (Lettering)، تصویروں کو چھاپنے کے سائز، تصاویر کے سلسلہ میں کنڈہ کار کے لیے خصوصی ہدایات، مختلف صفحات پر استعمال کیے

(2) رف لے آؤٹ (Rough Layout)

یہ رف ڈیزائن مرئی (Visuals) ہوتے ہیں تاکہ ایڈیٹر تک ایجنسی اور گاہک مجموعی اشتہاری منصوبہ بندی پر گفت و شنید کر سکیں۔
کچھ عناصر کو صرف سائز اور وضع قطع (Shape) کا خیال دلانے والے ہی ہوتے ہیں۔



مشہور

- اس احساس کا تصور کرنا کہ آخری مطبوعہ پیغام کس شکل کا ہوگا۔
- بہت زیادہ وقت اور رقم خرچ نہیں ہونا چاہئیں کیونکہ کہیں ایسا نہ ہو کہ گاہک اسے پسند ہی نہ کرے۔ اس بات کا قیاس کر لیا جائے کہ تحقیق کاروں کی جماعت اس اظہار سے مطمئن ہے۔
- اس بات کا مستحکم منصوبہ بنالینا کہ مجوزہ اشتہاری مہم کی خوبیوں اور خاصوں پر گاہک سے کس طرح گفت و شنید کی جائے۔

ڈیزائنر کو کن باتوں کا خیال رکھنا چاہیے؟

- ☆ جس طریقہ سے چھپائی ہوئی ہے اور جس قسم کا فنڈ استعمال کیا جاتا ہے۔
- ☆ سائز تقصیلات کے مطابق ہو۔
- ☆ ترتیب عمدہ طور پر مقررہ ہو اور اس میں سے کوئی اندراج (Item) بھی غائب نہ ہوئے پائے۔
- ☆ حروف سازی (Lettering) سے سائز، اشاکل اور وزن کا قیاس لگایا جاسکتا ہو۔ اصل عبارت کے لیے استعمال کیے جانے والے صحیح الفاظ، صرفی طے کردہ صاف صاف ٹائپ کر آکر فراہم کر دی گئی ہو۔

- لے آؤٹ کے اصولوں کے مطابق ایک ہی پروڈکٹ کے مختلف مکند مل پیش کیے جاتے ہیں اور ان میں سے کوئی ایک پسند کر لیا جاتا ہے۔
- پسند و قبول کر کے اگلے مرحلہ کے لیے رف لے آؤٹ ملتا۔

رد عمل (Reaction)

- ☆ جو قصبہ نکل سب سے بہتر انداز میں ترتیب دینے کا کام انجام دیتی ہے صرف وہی منتخب کی جاتی ہے۔ یہ ضروری نہیں کہ ڈیزائنر جس قصبہ نکل کو فوریّت دیتا ہے وہی منتخب (بھی) کر لی جائے۔
- ☆ یہ قصبہ نکل وہ ہوتی ہے جس سے بہتر دکھائی دے، جسے دیکھ کر بات جلد سمجھ میں آجائے، جس میں بہتر تصور فروخت اور منفعت پیش خیال ہو رہا ہو۔
- ☆ یہ غیر معمولی طور پر غریب اور عیاری سے پر نہیں ہونی چاہیے کیونکہ ایسے لے آؤٹ سے اسرار الجھن پیدا ہوتی ہے۔
- ☆ اس مرحلہ پر ڈیزائنر اپنے طور پر آزادانہ قصبہ نکل انتخاب کرتا ہے۔

ڈیزائنر کو کن باتوں کا خیال رکھنا چاہیے؟

- ☆ قصبہ نکل رقبہ کا سائز موٹے طور پر لے آؤٹ ابیس کے تناسب میں ہونا چاہیے۔
- ☆ اس میں دکھائے جانے والے تمام عناصر اسی تناسب سے چھوٹے کر کے دکھائے جانے چاہئیں۔
- ☆ اسے تیزی سے کام کرنا چاہیے، اور کام کرنے کا یہ رفتار اس کے ذہن میں پیدا ہونے والے متنوع ترتیب کی رول میں حائل نہیں ہونا چاہیے۔
- ☆ ان اجزاء کی تقصیلات کم از کم ہیں۔ ان کا سائز، وضع قطع اور وزن کسی خاص نتیجے پر پہنچنے کے لیے زیادہ اہم ہیں۔

حرید کارروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- ☆ تصوراتی نقشہ دار/ر خاکہ نگار (Visualiser) یا آرڈرائزنگیئر، جو عناصر کی سائز بندی کا کام شروع کرتا ہو اور انھیں مطلوبہ جگہ میں رکھتا ہو۔

سب جو گاہک، دف لے آؤٹ کی طرف متوجہ نہیں ہو پاتے اب ہم اس سے سامنے مفصل لے آؤٹ رکھتے ہیں جس میں اس کے سامنے تمام تنبیہات موجود ہوتی ہیں اور اب یہ لے آؤٹ اس کی سمجھ میں آ جانی چاہیے۔

مقصد (Aim)

- فاضل آؤٹ ورک پر تم اور دقت خرچی کیے بغیر ایڈورٹائزمنٹ کی شکل، صورت کا اندازہ لگاتا۔
- اگر بہت زیادہ اصلاحات نہ کی جائیں تو کام کو بے کار نہ جانے دیتا۔
- گاہک کی منظوری حاصل کرنے کے لیے پرائز اور غیر مبہم پیش کش کی تیاری۔

رد عمل

- گاہک لے آؤٹ کو اپنی منظوری دے سکتا ہے۔
- دو کچھ مشورے اور تجاویز پیش کر سکتا ہے اور پھر ایجنسی کے ماہرین سے بہرہ رک کے کام جاری رکھنے کو کہہ سکتا ہے۔
- اس سلسلے میں کچھ ایسے مشورے بھی دیے جاسکتے ہیں جن کی رو سے لے آؤٹ کے کچھ حصوں کو از سر نو بنانے کی نوبت آجائے اور یا پھر یہ بھی ہو سکتا ہے کہ لے آؤٹ کو یک سر مسترد ہی کر دیا جائے۔
- دو ڈیزائن کی بنیادی پیش کش (Basic Approach)، موضوعاتی تصور (Thematic Concept) کو بھی مسترد کر سکتا ہے جس کا مطلب ہے کہ اب تک جو بھی کام ہوا اور ڈیزائن چلا گیا۔ ٹریفک کی اشتہاری مہم یا سماجی سیاسی مواقع کے تحت کبھی کبھی ایسا کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔

ڈیزائنز کو کن باتوں کا لحاظ رکھنا چاہیے؟

- ☆ جس طریقہ سے چمپائی ہوتی ہے اور جس کا نغہ پر ہوتی ہے، اس کا لحاظ رکھے۔
- ☆ فراہم کردہ تفصیلات کے مطابق ہو۔
- ☆ ترتیب (لے آؤٹ) تقریباً مکمل ہو اور اس میں بمشکل تمام ہی کوئی ایسا عنصر باقی رہ جائے جس پر دھیان نہ دیا گیا ہو۔
- ☆ سرخی اور کاپی کو ٹائپ سیٹ کرانے کے بعد صحیح مقام پر چسپاں کر دیا گیا ہو۔
- ☆ تصاویر، تھیمات اگر ہاتھ سے تیار کی جانی ہوں تو تقریباً مکمل کرنی

☆ تھیم یا تصویر (Illustration) سے مضمون اور تکنیک کا قیاس لگایا جاسکے یعنی یہ ہاتھ سے بنائی ہوئی ہو، فوٹو گراف ہو جو آکس کلر سے یا وڈ کٹ (Wood Cut) وغیرہ سے بنی ہو۔

☆ مجموعی موڈ کا قیاس زیادہ دیکھا جاتا ہے۔

☆ اگر رنگین طبعیت کی جانی ہو تو کلر اسکیم دکھا دی جائے۔

مرتب کارروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- آرٹ ڈائریکٹر، کاپی رائٹر، حقیقی ڈیزائنر اور ایجنسی کا اکاؤنٹ ایگزیکٹو (Account Executive)۔ ایک مرتبہ یہ منظوری دے دیں تو پھر اسے گاہک کے سامنے پیش کر دیا جاتا ہے۔
- گاہک کی جانب سے چیئر مین، ٹیکنیک ڈائریکٹر، پی۔ آر۔ پرو (PRO) اور ایڈورٹائزنگ مینجر جو بھی ذمہ دار ہو۔

(3) جامع لے آؤٹ (Comprehensive Layout)



- ☆ یہ عمدہ طور پر تیار شدہ دف لے آؤٹ (Rough Layouts) ہوتی ہیں۔ اس سے سمجھنے کے مواقع اور قدر دانی میں اضافہ ہو جاتا ہے کیونکہ تفصیلات بیان کرنے پر زیادہ سرمایہ اور دقت صرف ہو چکا ہوتا ہے۔ تمام عناصر یعنی ہیڈ لائن (Headline)، بڑی کاپی (Body Copy)، تھیمات (Illustrations)، خاص پچان (Signature) بہت واضح اور سمجھ میں آجائے والے ہوتے ہیں اور نہ صرف بالآخر تصاویر کے ڈیزائن مسائل بھی سمجھ میں آجائے ہیں۔ کچھ بھی سوچنا سمجھنا پڑی نہیں رہ جاتا۔ تفصیلات کی کمی کے

رد عمل

- وہی رد عمل ہو سکتا ہے جو رفلے آؤٹ میں بنایا گیا ہے۔ تاہم اگر مکمل کام کو منظوری مل جاتی ہے تو وقت کی بچت ہو جائے گی کیونکہ کام کا ایک حصہ پہلے حقیقی دیا جاتا ہے۔
- اگر منظوری نہ ملی تو رفلے آؤٹ کے مقابلہ نقصان بھی زیادہ ہوگا۔

ڈیزائنز کو کن باتوں کا لحاظ رکھنا چاہیے؟

- ☆ جس طریقہ سے چھپائی ہوتی ہے اور جس کاغذ پر ہوتی ہے اس کا لحاظ رکھے۔
- ☆ اصل عبادت اور تصاویر میں اصلاح کرنے کے ضمن میں مشورے حاصل کر کے حسبِ خواص اصلاحات کرنی چلیں اور حسبِ ضرورت منظوری حاصل کرنی چلیں۔

- ☆ ڈیزائن کی ضروریات کے مطابق عنوان ہاتھ سے لکھا جاتا ہے یا ٹائپ سیٹ کے ذریعہ لکھا جاتا ہے اور پرچک پروسیس کے مطابق کام کی نوک چپک درست کرنی چلی ہے یا نہیں۔

- ☆ چھپائی کی ضروریات اور ڈیزائن سے متعلقہ تفصیلات کے مطابق تمام تصاویر/تفصیلات کی مناسب انداز میں نوک چپک درست کرنی چلی ہو۔

- ☆ اس بات کا بھی دھیان رکھے کہ پرنٹ میڈیم سے حاصل ہونے والے ٹرف کارڈ (Tariff Card) کی مطلوبہ تفصیلات جیسے کاغذ کے سائز سے مطابق اسکرین کی تیاری پر عمل آوری ہو گئی ہو۔

مزید کاروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- آرٹ کی کوالٹی کی گھربلی کرنے والا آرٹ ڈائریکٹر۔
- ذرائع ابلاغ کی تفصیلات کی جانچ کرنے والے پروفیشنل ممبر اور میڈیا منیجر۔

مگی ہوں۔ اگر فوٹو گراف تیار کرنا ہو تو اصل سے یا اصل ماڈل کے فوٹو گرافس بھیج کر اور ان کے پروڈانڈ پرنٹ نکھو کر صحیح مقامات پر چسپان کر دیے گئے ہوں۔

☆ کہیں ایسا تو نہیں کہ چسپان کرنے کا نشان رہ گیا ہو جو بعد میں بھی دکھائی دیتا رہے اور اس طرح اس سے پریشانی اٹھانی پڑے۔ گاہک کو دکھانے کے لیے ایک صاف پروڈانڈ تیار کر دیا گیا ہو۔

مزید کاروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- رفلے آؤٹ والے مرحلہ پر فیصلہ کرنے والے لوگ ہی یہاں بھی فیصلہ کرتے ہیں۔

(4) آرٹ ورک (Art Work)

ذرائع ابلاغ کو بھیجنے کے لیے پیغام کی تیاری کی یہ آخری شکل ہوتی ہے۔ یعنی

— پرنٹر چاہے کسی نیوز میڈیا یا ایجنسی کے لیے کام کرنا ہو۔

— پینٹر آؤٹ ڈور بورڈنگ (Outdoor Hoardings)، تختل کیے جانے والے نمائش (Mobile Display) وغیرہ کی صورت میں۔

مقررہ

- اس بات کا اندازہ لگانا کہ جب یہ پیغام (اشتہار) مختلف ذرائع ابلاغ کو چھپانے کے لیے بھیجا جائے تو اس کی چھپائی عمدہ ہو۔
- اشکال، تفصیلات عمدہ طور پر معرض ہوں جس میں سامے دار حصہ میں تفصیلات دکھانے کے علاوہ اہم حصوں کو واضح طور پر دکھایا جائے۔
- الفاظ واضح، پورے، جلی اور اس انداز میں چھپ جائیں کہ بہ آسانی پڑھ جائیں۔
- اگر تکنیک چھپائی کر دانی ہو تو کلر اسکیم کے ہدایات کے مطابق اور ممکنہ حد تک اصل شے کے مطابق ہو جائے۔

پوری طرح تیار لے آؤٹ (Finished Art - Layout)

پیدا ہو جاتی ہے۔

(2) تصاویر/تصانیات (Illustrations): یہ فوٹو گرافس بھی ہو سکتی ہیں اور ہاتھ سے بنائی ہوئی بھی۔ فوٹو گرافر کے پاس منتخب کرنے کے لیے کمزوروں کے مختلف بلاٹوں کے آلات موجود ہوتے ہیں۔ ان کمزوروں سے مختلف قسم کے مد سے مشابہ رہتے ہیں (کلوز اپ) (Close Up)، وائڈ اینگل (Wide Angle)، فیش آئی (Fish Eye) وغیرہ۔ اس کے علاوہ مختلف قسم کے فلٹر (Filters) اور مضامیر (Enlargers) وغیرہ بھی ہوتے ہیں۔ اسٹیج اور ایکٹروں کا بندو بست — بلاٹ اور بیک ڈراپ (Models and Backdrops) کی ذمہ داری آرٹ ڈائریکٹر کی ہوتی ہے۔ جو شاٹ سیدھا اور واضح نظر آتا ہے ہو سکتا ہے کہ وہ بھی اسٹیج پر کی جانے والی ادکاری ہو کیونکہ ایڈورٹائزمنٹ پلان میں اس کا لحاظ رکھا گیا ہے۔ دو فلٹین کاپی (فوٹو گرافک پیپر پر پرنٹ) یا پھر کلر ٹرانس پیئر (Colour Transparency) بھی تیار کر سکتا ہے۔

ٹرانس پیئر کی کا سائز جتنا بڑا ہو تا ہے تصانیات بھی اتنی ہی واضح ہوتی ہیں۔ اس کے عمومی سائز ہیں۔

35mm, 2 1/4" x 2 1/4", 2 1/4 x 3", 4" x 5", 5" x 7", 8" x 10"
ٹرانس پیئر کی (Transparency) کے ذریعہ تقطیل (Project) کی جانے والی شبیہات کی چمک دمک کی برابری کا ذخیرہ تیار شدہ کسی بھی ری پروڈکشن سے نہیں کی جاسکتی۔

ٹرانس پیئر کی کسی کیونکہ معیاری رنگ استعمال کیے جاتے ہیں اس لیے ری پروڈکشن میں بہت زیادہ دشواریاں نہیں ہوتیں۔ کسی بھی آرٹسٹ کی پلٹ (Palette) میں بہت سے ایسے رنگ بھی موجود ہوتے ہیں جنہیں معیاری پرنٹنگ انک (Process Inks) سے دوبارہ نہیں بنایا جاسکتا جیسے زمردی ہرا (Emerald Green)، آبی (Indigo)، خالص انڈیگو (Pure Ultramarine) وغیرہ۔

کسی پیغام (اشہار) کے لیے لے آؤٹ سے اخذ کردہ خیال بعض طرحہ تصانیات اور الفاظ سے کہیں زیادہ پراثر جانت ہو تا ہے۔ ایک بار منظور کی جائے تو پھر تصانیات کی جستجو شروع ہو جاتی ہے جو اسے پوسٹس کیمرہ (کنڈہ کاری) کے لیے تیار کر دے۔ کاروائیاں تین خاص انداز کی ہوتی ہیں:

- (a) مختلف عناصر کو تھکیل دینے کے لیے الفاظ اور تصاویر تیار کرانا۔
- (b) کنڈہ کاری اور طباعت کے بہترین نتائج کی برآمدگی کو یقینی بنانے کے لیے حسب ضرورت نوک ٹپک درست کرتا۔
- (c) منظور شدہ لے آؤٹ کی اسکیم آف پلین سیٹ (Scheme of Placement) کے مطابق، بہت ہو شکاری برستے ہوئے عناصر کو یکجا کرتا۔

الفاظ اور تصانیات/تصاویر تیار کرنا

- (1) سرٹی (Head Line) اور بڑی کاپی (Body Copy): زیادہ تر الفاظ، آرٹ ہیچ پر پی البدیہ (Off Hand) یا بے ساختہ انداز میں ہاتھ سے لکھے ہوئے سیاہ پروف (Proofs) ہوتے ہیں جنہیں علاقائی ٹائپ سٹروں (Typesetters) سے خرید لیا جاتا ہے۔ (بڑے شہروں میں) کچھ لیٹر پریس پرنٹ دکانیں ہوتی ہیں جن کے یہاں بہت طرح کے ٹائپ فیس (Type Faces) دستیاب ہو جاتے ہیں کیونکہ یہاں خاص طور پر یہی کام انجام دیا جاتا ہے۔

کچھ ٹائپ سٹروں کے پاس خصوصی کیمرے ہوتے ہیں جو تحریر کو کسی بھی زاویہ پر احوال سے کسی بھی شکل میں توڑ سکتے ہیں۔ اس کے علاوہ کیمرے تحریر کو جلی یا کچی بھی کر سکتے ہیں۔

لیٹر جگ آرٹسٹ اور ماہرین خطاطی حروف کو لکھ کر نئی وضع قطع عطا کر دیتے ہیں کہ وہ صرف حروف ہی نہیں رہے بلکہ ان میں زیادہ متنوع

ہو جاتی ہیں۔ اسے کبھی بھی چھوٹا نہیں بنایا جاتا۔

پیشہ (Finishing)

اس سے مراد ہے آرٹ ورک، ٹکسی کاپی (Reflection Copy)

یا شفافیت (Transparency) میں پائے جانے والے نقائص کا دھیان رکھنا کیونکہ اگر ان کیوں کو دور نہ کیا جائے تو پھر شک سے ناگوار نتائج برآمد ہوتے ہیں۔

(1) کچھ نقائص تو صاف نظر آ جاتے ہیں جیسے شکستہ کنارے (Ragged Edges)، ٹوٹے پھوٹے جوڑ (Broken Joints)، الفاظ اور لائن ڈرائنگوں میں غیر یکساں بلیک ٹون، مسلسل ٹون آرٹ میں داغ، دھبے، دھندلاہٹ، خراشیں وغیرہ۔

(2) سیاہ و سفید مسلسل ٹون آرٹ میں فوجی قدریں اس قسم کی ہوں کہ وہ پڑیسں کیمرہ کے ذریعہ فہم پر مرتب ہو جائیں تاکہ کارآمد ہال ٹون نتائج برآمد ہوں۔ اسی لیے کیمرہ ریڈی کاپی (Camera Ready Copy) کی اصطلاح استعمال کی جاتی ہے۔ آرٹ ورک میں کتنا ہی کم سے کم کام کیوں نہ کیا جائے بہر حال ٹون میں اصلاح کرنے کے لیے جب چاہیںز دھات (Chinese White) میں کاہل (Lamp Black) ملا کر کام کیا جاتا ہے تو سب سے بہتر نتائج برآمد ہوتے ہیں۔

(3) اس کے بعد ان ہال ٹون کا نمبر آتا ہے جو نوٹوراکھ پیپر پر بالکل ٹھیک ٹھاک دکھائی دیتے ہیں مگر آف دھات کاغذ (Off White Paper) پر ان کی شبیہ اتارنے پر (On Reproduction) نتائج اچھے برآمد نہیں ہوتے جس پر طہاعت ہوتی ہے۔ فوجی قدروں میں اصلاح کرنے کی ضرورت درجوش ہوتی ہے۔ اس لیے کاغذ اور پھر شک پڑیسں دونوں ہی اہمیت کے حامل ہوتے ہیں۔

(4) صرف سبیل میز برش (Sable Hair Brush) استعمال کرنے کے بجائے نوٹورافس اور دشین ڈرائنگ ٹون کی مدد بھی قدر (Gradation) میں نوک پلک درست کرنے کے لیے ایئر برش پر زیادہ انحصار کرنا پڑتا ہے۔

جہاں بہت ہی فاضل نتائج (Critical Results) مطلوب ہوں وہاں مشورہ دیا جاسکتا ہے کہ شفافیت (Transparency) میں خاکستری پیمانہ (Grey Scale) شامل کر لیا جائے تاکہ رنگوں کی طہیرگی (Colour Separation) کے وقت مجموعی تبدیلی رنگ (Colour Shift) کے ضمن میں یہ کمی نہ کسی حد تک رہنمائی کر سکے۔

آؤٹ آف فوکس (Out of Focus)، آرٹ، آؤٹ آف فوکس طہاعت (Impression) کی طرح تیار (Reproduce) کر کے کی۔ پڑیسنگ کے دوران کندہ کار فوکس کی کو اہلی کو نہیں سنوار سکتا۔

(3) آرٹ اپنی پسند سے مختلف میڈیم اور مختلف ہاتھوں (Textures) اور رنگوں کے کاغذوں کا انتخاب کر سکتا ہے (دیکھیے "مسلسل ٹون (ہال ٹون) حتمیلات")۔ نہ گورہ بلادوں ہاتھوں کے علاوہ اپنی صلاحیت اور مہارت کو استعمال کر کے وہ کسی مخصوص قسم کے تاثرات (ٹیکٹکس) پیدا کر سکتا ہے۔ اس طرح بہت سے حتمی نتائج برآمد ہو سکتے ہیں۔

(4) اگر کوئی آرٹ ایک سے زیادہ رنگ والے باب (Job) کے لیے رنگوں کی طہیرگی (Colour Separation) خود کرے تو رہنریشن کے لیے ہوشیاری سے اس کی جانچ کر لینی چاہیے۔

(5) کوارٹر ٹون (Quarternone) (دیکھیے "کلی طرح کی لائن حتمیلات"، "کولر ٹون حتمی" بھی دیکھیے) آرٹ کو اس بات کی اجازت دیتی ہے کہ وہ ہاتھ سے نوک پلک درست کر کے روشن اور تاریک حصوں کی تفصیل پر قابو حاصل کر لے۔ اس بات کا دھیان رکھنا چاہیے کہ جب کندہ کار (Engraver) کے پاس پہنچ کر آرٹ ورک کا سائز چھوٹا ہو جائے تو بھی کوارٹر ٹون کی اسکرین قدر (Screen Value) قابل طہاعت رہے۔

(6) ہر ایک حرف ساز (Letterer) اور حتمی نگار (Illustrator) آرٹ ڈائریکٹر کی ہدایات پر عمل کرنے کی بھرپور کوشش کرتا ہے۔

(7) آکفر ایسا ہوتا ہے کہ آرٹ ورک نسبتاً بڑا بنایا جاتا ہے۔ جب اسے چھوٹا بنا کر کے کندہ کاری (Engraving) کی جاتی ہے تو اس کی تفصیلات نمایاں

اگر کندہ کاری، کندہ کار کے کم سے کم شرح سے بھی کم پیمہ ری
ہوں تو نکاحیات اس بات میں نظر آتی ہے کہ تشبیہات کے ساتھ پیمہ اور بھی
نقصی کر دیا جائے بشرطیکہ تشبیہات بھی پرمیس کبہرے اسی حد تک تخفیف
کرنے کے لیے تیار کی گئی ہوں (جس حد تک نقصی کی جائے دانی لے کر کم کرنا
ہے)۔ مطبوعہ بلاک مائونٹنگ (Mounting) کے لیے 10 mm کا مشیر چھوڑنا
ضروری ہوتا ہے۔ الگ سے کی جائے والی ماؤنٹنگ کی فیس پیمہ زیادہ نہیں ہوتی۔
بلاک بنانے والے کو جو ہدایات دی جائیں وہ مختصر اور جامع، سمجھ
میں آنے والی اور مکمل ہوں۔ اس بات کو بہر حال سمجھ لیں کہ آرٹ واک
اس انداز میں یکجا کیا جائے جس سے بلاک بنانے والے کو وہ سب کچھ بتانے
میں آسانی ہو جو آپ ہونا چاہتے ہیں۔ اصل ہدایات مندرجہ ذیل باتوں پر مبنی
ہوتی ہیں:

(i) سائز: جس سائز میں بلاک تیار کرتا ہو۔

(ii) دھات: جس دھات میں بلاک ہونا ہو۔ جست یا تانبہ۔

(iii) لائن یا فائن ٹون میں کام ہونا ہے۔ اگر فائن ٹون میں کام ہوتا
ہو تو اسکرین کی وضاحت کر دی جائے۔

مطبوعہ صفحات میں تشبیہات کی کراپنگ (Cropping of
Illustration)، صفحات چھوڑے جانے والے حاشیوں، بلینڈ کی منجھٹس
(Bleed Allowance) کے لیے تراشنے کے نشانات وغیرہ کی واضح طور پر
نشاندہی کر دینی چاہیے۔ اور لے (Overlay) پر کندہ کاری کے لیے ہدایت
دے دینا چاہیے جہاں مضمون کسی تصویر سے بہت قریب لکھنا ہو وہاں وہ پبلو
سے اضافی حصہ کو صاف اڑا دے۔ بے ترتیب یا بے ڈول (Irregular) شکل
والی تصویر کو چٹنے کے لیے کچھ حد (Boundary) کا ہونا ضروری ہوتا ہے۔
ٹرانسپیرنس اور شفافیتوں (Transparencies) کو کندہ کاری میں مطلوبہ رقبہ
کے لیے نقاب (Mask) سے ڈھک دینا چاہیے۔

(5) گیلری آرٹسٹ (جو شیعہ نگاری (Rendering) کی خورد روی
(Spontaneity) میں پیش رکھتا ہے) کے برعکس گراکٹ ڈیزائنر یہ یقین
دہانی کرتا ہے کہ آرٹ (درک) کی شیعہ عمدہ اثر ہے گی۔ یعنی اس طرح وہ
ایک ماہر آرٹسٹ کا کردار ادا کرتا ہے۔

(6) کندہ کار (Engraver) سے یہ توقع نہیں کی جاسکتی کہ وہ رنگوں کی اور
فولی قدروں کو جدہیل کر دے گا یا دیگر نقاش دور کر دے گا۔ اس کا کام محض
اپنے بلاکس (Blocks) تیار کرنا ہوتا ہے جن سے اصل آرٹ (Original
(Art) کے مطابق کاپیاں تیار ہو جائیں۔ وہ گراکٹ کو سچا نتاج (Flat
Results) سے مطلع کر سکتا ہے۔ اب آرٹ ورک میں مناسب اصلاحات
کرنے کی کڑاہہ دہری گراکٹ کی ہوتی ہے۔ تجربہ کار آرٹ ڈائریکٹر ان مناسب
نقائص کے بارے میں جانچی کر لیتے ہیں۔

یکجا کی (پسٹ اپ) (Assembly (Paste-up)

پوری طرح تیار آرٹ (Finished Art) کو ایک سخت بورڈ پر
چسپاں کر کے اس پر ایک شفاف پوشش (Transparent Overlay) لگا دی
جاتی ہے جس پر کندہ کار کو ہدایت دی جاتی ہیں۔ خلاف کے طور پر سونے کا نقد
کی ایک پوشش اور ہوتی ہے جس کا مقصد حفاظت اور چاب کی نشاندہی (Job
Markings) کرنا ہوتا ہے۔

پوری طرح تیار عناصر (Finished Elements) کو برآمدہ پرنٹ کی
شکل میں، مناسب سائز میں چھوڑا کرنے کے بعد آرٹ ورک کی یکجا شکل میں
بالکل ٹھیک مقام پر چسپاں بھی کیا جاسکتا ہے۔

اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ تمام عناصر مطلوبہ تناسب میں نہیں ہوتے۔
ایسی صورت میں اصل آرٹ ورک (Art Work) میں غیر متعین (Odd)
حصے کے رقبہ کو ظاہر کر دیا جاتا ہے۔ اس عنصر کے آرٹ ورک پر سائز کم
کرنے اور شفافیت کے نشانات مٹا دیے جاتے ہیں تاکہ کندہ کار اسے مطلوبہ
جگہ پر بنا دے۔

کنده کار کو دی جانے والی ہدایات (Instructions to an Engraver)

ذیل میں دیے جانے والے چارٹ سے آرٹ ورک کی تیاری اور کنده کاری میں ممکنہ خصوصی اثرات پیدا کرنے میں مدد ملے گی۔ کنده خصوصی اثرات پیدا کرنے کے لیے کیے گئے دور، ریتھی، ریتھی اور کثیر ریتھی کنده کاری کا آرڈر دیتے وقت درج ذیل ہدایات کو ملحوظ نظر رکھ سکتے ہیں۔

ایک رنگی	لائن آرٹ	ہاف ٹون آرٹ
پرنٹنگ مشین پر طاعت ایک فرمے (Forme) اور ایک رن (Run) سے کیا جاتی ہے۔ آرٹ ورک سیاہ سفید رنگ میں کیا جاتا ہے۔	(1) کنده کاری کے لیے جس حد تک آرٹ کے کام کو چھوٹا کیا جانا ہو اس سائز کی ضرورت ہوتی ہے۔ (2) لفظی خط (The Word Line): مخصوص ہوتا ہے اس بات کے لیے کہ ہاف ٹون کی ضرورت نہیں ہے۔ (3) دھات: جست یا تانبہ۔	(1) کنده کاری کے سائز کی ضرورت ہوتی ہے۔ (2) اسکرین کے استعمال کرنے کا دار و مدار پرنٹنگ کے لیے استعمال کیے جانے والے کاغذ کی چمک دمک پر ہوتا ہے۔ (3) دھات: جست یا تانبہ۔ کبھی کبھی ایسا بھی ہو سکتا ہے کہ ڈیزائن کی کنده کاری سے بے مذکورہ ایک سے زیادہ اثرات (Effects) شامل کرنے کی ضرورت بھی پڑ جاتی ہے۔

رچ ریسنگ (Reversing)، جزوی طور پر یا کلی طور پر

وگنیٹنگ (Vignetting)

احصال (Combination) لائن اور ہاف ٹون

خصوصی پروسیس اسکرین میز وینٹ (Mezzotint)، دور خطوط (Circular Line) وغیرہ۔

تھریڈ لیں (Badals) کے لیے پھیلتا (Piercing)۔

ان میں سے کوئی بھی اضافی کاروائی انجام دینے کے لیے سی تھرو فلیپ (See Through Flap) یا دور لے (Overlays) کے ذریعہ ہدایات فراہم کی جاتی ہیں۔

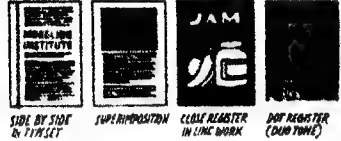
دو رنگی

پرنٹنگ مشین پر کاغذ دو رنوں آرٹ ورک (ڈیزائن) میں دورگی عناصر (Runs) میں گزارا جاتا ہے، موجود ہو سکتے ہیں۔
دونوں ہی رنوں (Runs) میں (1) کیونکہ ایک دوسرے کے قریب قریب۔
طلیحہ فرمے (Forme) اور طلیحہ۔
رنگ استعمال کیا جاتا ہے۔ (2) ایک رنگ کو دوسرے پر حاوی کیا جاسکتا ہے۔
آرٹ ورک بلیک اور دھات میں (3) رنگ ایک دوسرے کو چھوٹے ہوئے بھی ہو سکتے ہیں۔
(1) اور (2) کے لیے آرٹ ورک رنگ الگ الگ کرنا ہے۔ دوسرے رنگ کو مطلوبہ مناسبت کے اعتبار سے دیگر کے اثر کو مٹانے کے معاملہ میں ایک شفاف اور لے (Overlay) ہدکار ثابت ہو سکتا ہے۔
رچز باریک استعمال کیے جاتے ہیں۔
(3) اور (4) والے کام کنده کار کیلئے بھی انجام دے سکتا ہے۔ چاروں معاملات میں آرٹ ورک سیاہ و سفید رنگ میں ہی کیا جاتا ہے۔
کاغذ اس کے علاوہ مٹی کی محتاج نہیں رہتی۔

(4) ڈاٹ رچز میں: دو رنگ (Duotone)

بھی ہو سکتے ہیں۔

ان دونوں میں سے کسی رنگ کے لیے بھی ریورسنگ، کمپلیٹ، لائن اور ہاف ٹون کا اتصال (Combination) اسکرین کا تعارف (Introduction of Screen) ، تبدیلی کے لیے پچیدتا (Piercing of Badlas) کو غیرہ کاروائیاں انہما دی جاسکتی ہیں۔ اگر کندہ کار (Engraver) سے خدمات لیئی مطلوب ہوں تو اسے دونوں قسم کی علیحدگی (Separations) کے لیے واضح ہدایات والا علیحدہ اور لے (Overlay) فراہم کرتا چاہیے (دائیں طرف کی تصویر دیکھیے)۔



آرٹ ورس

سردگی

دورگی ڈیزائنوں کے بارے میں اوپر جو کچھ بھی کہا جا چکا ہے وہی تین رنگوں کے لیے بھی صادق آتا ہے۔ مختلف ٹون (Tones) والے کسی بھی رنگ کی اور پلٹنگ (Overlapping) سے بہت بڑی تعداد میں رنگوں کے شے (Shades) تیار کیے جاسکتے ہیں۔ تاہم سب سے زیادہ اہمیت کے حامل بنیادی رنگ ہوتے ہیں یعنی زرد، سرخ اور نیلا۔ ان رنگوں سے سب سے زیادہ زرق برق رینج پیدا کی جاسکتی ہے اور یہی ان کی مقبولیت کا راز بھی ہے۔

پوری گہرائی کے لیے بنیادی رنگوں کے ہمراہ کالے رنگ، اور عمدہ سفید کاغذ، عام طور پر کوٹینے (Coated) کاغذ کے استعمال سے ممکنہ طور پر کسی بھی آرٹ ورک کے لیے رنگوں کا مکمل رینج تیار کیا جاسکتا ہے۔

کاغذ کو تین پار پر خشک مشین میں گزارا (1) اگر رنگوں کی علیحدگی مطلوب ہو تو یہ رفلکٹن کا پی بھی ہو سکتی ہے یا ٹرانسپیرنسی بھی۔ ذیل میں کثیر رنگی میں پڑھ لیجیے۔

(2) فلیٹ کالر (Flat Colours) —
نائن یا ف ٹون آرٹ کے ساتھ ہر اپوزیشن (Super Imposition) ایک یا دو رنگوں میں: آرٹ ورک: بلیک اور وحاشہ میں۔

(1) رفلکس کاپی (Reflection Copy): ایسی سطح پر بنے ہوئے

رنگین ڈیزائن یا فوٹو گرافس میں جن سے روشنی نہیں گزر سکتی ہو۔

(2) ترسیل کاپی (Transmission copy): شفاف قلم پر

رنگین ڈیزائن۔ حقیقی رنگ دیکھنے کے لیے شیبہ کو سفید سطح پر تخلیق (Project) کیا جاتا ہے۔

کثیر رنگی (چار رنگی)

تمام کثیر رنگی آرٹ، چاہے وہ کسی بھی میڈیم (Medium) —

واٹر کالر (Water Colour)، آئل (Oils)، پستیل (Pastels)، فوٹو گرافی

میں پیش کیے گئے ہوں، انھیں صرف دو مردوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

میں فٹ کر ۲۰ ہوتا ہے اس لیے آرٹ ورک میں تصاویر کے مقام کی نشاندہی کر دی جاتی ہے تاکہ کندہ کاری یا دھبے پر عمل کرے۔

— اتصالی اثرات (Combination Effect)، بڈ لاز وغیرہ کی ہدایات کی نشاندہی اور لے (Overlays) پر کر دینی چاہیے یا یہ ہدایات ڈی (Dummy) لے آؤٹ (گاڈ) کے ذریعہ ارسال کر دینی چاہیے۔

کندہ کار کے لیے ہدایتی نوٹ

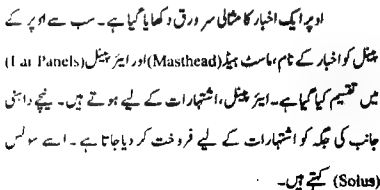
(1) چار میٹری رنگوں — زرد، سرخ، ہلکا اور سیاہ کے سیٹ سے کثیر رنگی آرٹ کے کام کی چھپائی کی جاتی ہے۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ اضافی رنگوں (Extra Runs) کی چھپائی کرنے کے لیے خصوصی رنگوں کا استعمال تاگزیر ہو جاتا ہے۔

(2) یہ چارٹ، آئسٹ (اور گرے دو رنگ) پر بھی صادق آتا ہے صرف پھیدائی (Piercing) ممکن نہیں ہے۔ اگر بڈ لاز، طویل رن والے ہوں تو تھول پلٹیں بنائی جاتی ہیں۔ طویل رن کے بڈ لاز کے لیے عمومی آئسٹ رن کے علاوہ یلر پریس رن بھی استعمال کیے جاتے ہیں۔

دونوں ہی محاطات میں رنگین ڈیزائن کو لائن آرٹ سے علاوہ جانے کا امکان موجود ہوتا ہے۔ خصوصی اسکرین، گلی چہرہ (تصویر) (Vignetting)، تبدیلی (بڈ لاز) (Changes (Badlas)) کے لیے شبیہ کو چھید (Piercing) وغیرہ — ایک یا تمام رنگوں میں۔ اس کے علاوہ دیگر کثیر رنگی تصاویر کے ساتھ ملا دینا (عکس یا شغاف Reflection or Transparent)۔ تاہم اس بات کی سفارش کی جاتی ہے کہ اسٹوڈیو میں اتنا ہی کام ممکن حد تک یکجا کیا جائے جتنا ممکن کاپی میں یکجا کیا جاسکتا ہے۔ اور جہاں اس کی ضرورت نہ ہو وہاں بلاوجہ کندہ کار کو زحمت نہ دی جائے۔ کندہ کاری کی خدمات کے لیے لاگت بھی زیادہ آتی ہے اور اس میں وقت بھی زیادہ لگتا ہے۔

— جس حد تک آرٹ ورک کو چھوٹا کرنا (محدود کرنا) ہے۔
— مددحات، لازمی طور پر، تاخیر یا ہست کی بھرت ہوتی ہے۔
— اسکرین کا انحصار کاغذ پر ہوتا ہے۔ عام طور پر ۵۵ لائنیں فی سینٹی میٹر زیادہ مقبول ہیں۔
— اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ رنگین ڈیزائن کو ٹائپ کاپی کے ساتھ لے آؤٹ

اتوار کو اخبار زیادہ دلچسپی سے پڑھا جاتا ہے۔ اس میں دلچسپی کا زیادہ ہوتے ہیں جنہیں میگزین کہا جاتا ہے۔ میگزین سیکشن کو ضمیر بھی کہتے ہیں اور عموماً یہ بلا قیامت ہی اخبار کے ساتھ شنگرد رہتا ہے۔ میگزین سیکشن کے مضامین عموماً اوپلی ہوتے ہیں اور اس میں ایک صفحہ بچوں کے لیے ہے۔ کاکس کے لیے بھی مخصوص ہو کر ہے۔



شام کا اخبار 2 بجے تک شائع ہو جاتا ہے۔ یہ ٹیبلٹ (Tablet) شکل میں ہوتا ہے اور اس میں صفحات کم ہوتے ہیں۔ اس میں خبروں سے زیادہ غریبوں اور تفریحات سے متعلق زیادہ اطلاع ہوتی ہے۔ اگر صبح کا اخبار کو

ڈیزائن (Design)

اختیار کا ڈیزائن بین الاقوامی 8 کالم گرڈ (Column Grid) پر مبنی

ہو تا ہے۔

صفحہ کا سائز: 60 cms x 42 cms

طبعیت شدہ رقبہ: 56.25 cms x 39 cms

ایک کالم کا سائز: 4.87 cms x 56.25 cms گھبرا

مختلف قسم کا مواد مختلف صفحات پر مرتب کرنے کے لیے کوئی بہت زیادہ بندے کے اصول تو نہیں ہوتے البتہ قارئین کی آسانی کے لیے کچھ مخصوص انداز اختیار کیے جاتے ہیں تاکہ وہ اپنی پسند کی معلومات حاصل کر لیں۔ مثال کے طور پر:

صفحہ 1۔ بہت زیادہ اہم خبروں کے لیے (چاہے وہ کسی بھی عنوان پر کیوں نہ ہوں)۔

صفحہ 2۔ درجہ بند اشتہارات کے لیے۔

صفحہ 3۔ علاقائی خبروں، اغراض، بیج بچانے کی اطلاعات اور تفریحی معلومات کے لیے۔

صفحہ 4۔ مالیاتی خبروں کے لیے۔

صفحہ 5۔ ضلع کی خبروں کے لیے۔

صفحہ 6۔ ادارہ، خصوصی معاون اور قارئین کے کالم۔

صفحہ 7۔ غیر ملکی خبروں کے لیے۔

صفحہ 8۔ کمپنوں کی خبروں کے لیے۔

صفحہ 9۔ خصوصی ملاقات کے لیے۔

صفحہ 10۔ کلاسفائیڈ ڈسپلے اشتہارات (Classified Display)

(Advertisements) کے لیے۔

ہر نیکشن میں سرخی کے ٹائپ کا سائز جتنا بڑا ہو تا ہے خبر بھی اتنی

ہی اہم ہوتی ہے۔ بڑی ٹائپ خاص طور پر 8 پانکٹ کی ایسی سیرف ٹائپ

(Serified Type) ہوتی ہے جس کا رخ (Face) چلی ہو تا ہے۔ کلاسفائیڈ

اشتہارات (Classified Advertisements) کے لیے 5 پانکٹ ٹائپ

ایکٹ (Agate) استعمال کیا جاتا ہے۔

تھیملٹ زیادہ تر نوٹو گرافس ہوتے ہیں۔ جب انھیں شائع کیا جاتا

ہے تو یہ چھڑائی میں 8 تا 10 پانکٹ کی جگہ گھیرے جاتے ہیں، باقاعدہ اندراجات

(Items) جیسے نشیتیں، سنہا شو، ریڈیو اور ٹی وی پروگراموں، موسم،

موسیقی، ڈراما، پیٹنٹ اور مجسمہ سازی پر جانچہ کے لیے خصوصی چلی سرخیاں

لگائی جاسکتی ہیں۔

اس طرح صفحہ 1 پر اختیار کا نام اور صفحہ 6 پر تبصرہ (ایڈیٹوریل) کے

لیے چلی سرخیاں لگائی جاتی ہیں۔

اس سلسلہ میں اس لے آؤٹ آرڈر کے کام کی داو دی جاسکتی

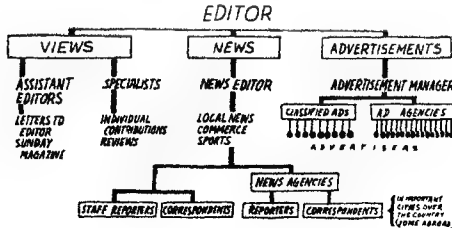
ہے جس نے ڈیجیروں کام اور ذمہ داریوں کے باوجود اپنے قارئین کی سہولت

کے پیش نظر ہر روز بیچ لے آؤٹ (Page Layouts) کو محکم کرنے کے لیے

مختلف مطالعہ جاتی اجزائے ترکیبی پر واجب زور دے کر انھیں اجاگر کرتا ہے اور

اسے قابل مطالعہ بناتا ہے۔

اشتہارات (Advertisements)



مرتب کیا جاتا ہے۔ پیغام میں خصوصی طور پر ایسی اطمینان اور نفع بخش باتیں ہونا ضروری ہے جسے اختصار کے ساتھ وضاحت (Brevity With Clarity) قرار دیا جاسکے۔ ان اشتہارات کا تعلق خرید و فروخت یا پھر مفاد عامہ سے متعلقہ اندراجات (Items) سے ہوتا ہے۔

(4) درجہ بند نمائش (Classified Display): اس میں لوگوں کو تھپ کے علاوہ 5 پاؤنٹ سے بڑی ٹائپوں (Types) اور ایسی چھوٹی چھوٹی تھمیلات کی اجازت ہوتی ہے جو 2.5 cm کی چوڑائی سے زیادہ بڑی نہ ہوں، انگریزوں پر آرائشی حاشیوں کی اجازت بھی ہوتی ہے۔

(5) مہارتی نوٹس (Reading Notices): ایسے اشتہارات ہوتے ہیں جو خبریں نظر آتے ہیں کیونکہ انھیں خبروں والے ٹائپ فیس (Typeface) میں ہی سیٹ کیا جاتا ہے اور حد تو یہ ہے کہ تھمیلات کو ایڈیٹوریل آرٹ والا انداز عطا کیا جاتا ہے۔ تاہم پیغام کے شروع یا آخر میں لفظ "اشتہار" ضرور شامل کیا جانا چاہیے۔

جہاں اشتہارات ایک طرف درجہ بند اشتہارات بلا واسطہ طور پر قبول کرتے ہیں کیونکہ ان میں زیادہ ڈیزائن کاری کی ضرورت نہیں پڑتی وہیں دوسری جانب اپنی اشتہارات کی جگہوں کو ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کے ذریعہ فروخت کرتے ہیں۔ اس کی ایک وجہ یہ ہے کہ ایسا کرنے سے یہ یقین رہتا ہے کہ اشتہاری جگہ فروخت ہو ہی جائے گی اور دوسرا سبب یہ ہے کہ اس جگہ چھپنے والا معمولی طور پر قابلِ ملاحظہ ہوتا ہے۔ اشتہارات کی جگہ کا کم سینی میٹروں میں فروخت کی جاتی ہے۔ کالم کی 4.8 cm لمبائی اور 1 cm چوڑائی پر مشتمل رقبہ کو ایک اکائی تصور کیا جاتا ہے۔ شرح کا انحصار اخبار کی اشاعت پر ہوتا ہے۔ پہلے صفہ پر نیچے یا داہنی طرف کسی خصوصی مقام یا اندرونی صفحات پر کسی اور جگہ اشتہار چھپانے کی شرح، کالم سینی میٹر شرن سے کچھ فیصد زیادہ ہوتی ہے۔

عام طور پر تمام ہی نمائشی اشتہارات کے اپنے اجزائے ترکیبی ہوتے ہیں جیسے سرخی (Headline)، کاپی تھمیلات (Copy Illustrations)، سگنچر (Signature) وغیرہ۔ ان اجزائے ترکیبی کو انڈیارت (ایگزیٹوٹس) میں

مبادی طور پر اشتہارات کا پیغام روزمرہ کی خبریں لوگوں تک پہنچانے کے لیے ہوتا تھا لیکن اشتہارات اس وقت وجود میں آئے جب تاجر برہداری اشتہارات کے سہارے اپنے کاروبار کو فروغ دینا شروع کیا۔ آج بشکل تمام اشتہارات کے بغیر شاید ہی کوئی اخبار چھپ پائے۔ اشتہارات اشتہارات کا سسٹم حد بن چکے ہیں۔

اشتہارات کی روزانہ اشاعت کافی زیادہ اور کئی ہند می ہوتی ہے۔ اسی لیے شہرین کو روزانہ کافی بڑی تعداد میں اشتہارات شائع کرنے کا موقع مل جاتا ہے اور حرے کی بات یہ کہ کئی اکائی اشتہار بازی نہایت کفایتی کاموں میں ہو جاتی ہے۔ انھیں اپنے اشتہارات خصوصی موقعوں مثلاً ٹیکل، ایکشن، جہاز یا پھر کوئی خاص موسم پر دینے کا موقع مل جاتا ہے۔ اس طرح ہر وقت اشتہار دے کر وہ اٹھنا زیادہ پراثر بنا سکتے ہیں۔

اپنے مقصد اور ڈیزائن کی بنا پر اشتہارات کو پانچ زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(1) عمومی نمائش (General Display): اشتہارات کا زیادہ تر حصہ اسی قسم کے اشتہارات سے بھرا رہتا ہے۔ ہر ڈاکٹ اور اس کے براٹر کی شبیہ (Brand Image) پر زیادہ زور دیا جاتا ہے۔

(2) پچھل نمائش (Retail Display): اس میں ناموری پر کم اور فروخت کی جانب زیادہ دھیان دیا جاتا ہے۔ اشتہاری ڈیزائن کا زیادہ تر حصہ تیار کی جانے والی اشیاء اور ان کی قیمتوں پر مشتمل ہوتا ہے۔ یہ اکثر اس قسم کے ہوتے ہیں کہ گاہکوں کا رخ خوردہ فروش کی جانب بکھر جاتا ہے۔

(3) درجہ بند اشتہارات (Classified Advertisements): درجہ بند اشتہارات کی جماعت بندی کردی جاتی ہے اور یہ عموماً حروفِ نقلی کی بنا پر مرتب ہوتے ہیں جیسے جشنِ ہائے سالگرہ (Anniversaries)، پیدائش (Births)، اموات (Deaths)، شادی یا دے متعلق (Matrimonial)، موٹر پارٹس (Motor Parts)، بے آگہ گیسٹ (Paying Guests) وغیرہ وغیرہ۔ انھیں لائٹ لائنوں (Agate Lines)، 5 پاؤنٹ ٹائپ (5 Points Types)، لوگو (Logo)، تھمیلات یا سفید جگہ (White Space) کے بغیر

خریدی ہوئی جگہ پر سلسلہ دار مرتب کر دیا جاتا ہے۔ جبکہ کے ساتھ اور شکل کا دارودار کا کاپی اور عناصر کی ترتیب پر ہوتا ہے۔ بالفاظ دیگر مختلف قسم کے اجزائے ترکیبی کو شکل و صورت عطا کرنے کے لیے پہلے ٹائپ اور تشکیلات کا انتخاب کیا جاتا ہے اور پھر مختلف جگہ پر مرتب کر دیا جاتا ہے۔
 ڈیزائننگ کو بھی یہ دھیان رکھنا چاہیے کہ ایک ہی عبارت سے وابستہ مستشرقین کے بائیں طرف نہیں بلکہ ایک ہی صفحہ یا سامنے کے صفحہ پر چھپنے والے اشتہارات کے بائیں بھی مقابلہ آرائی ہوگی۔ اس لیے اخباری اشتہارات کی ڈیزائننگ کو کرتے وقت اشتہار یا لٹریاں فرق (Contrast) قائم رکھنا کامیابی کی نشانی ہوتی ہے۔

شرعاً اشتہارات (Teaser Advertisements)

تجربوں میں زیادہ سے زیادہ دو صفحات اشتہارات کے ہوتے ہیں۔ اشتہارات میں شائد تیار ہی ایسا ہوتا ہے کہ کوئی اشتہار اتنا بڑا ہو کہ وہ سامنے کے صفحہ تک (یا اخبار کے ایک سے زیادہ اشاعتوں تک) پھیلی ہوئی ہو۔ اس کا مقصد قاری کے ذہن میں تجسس پیدا کرنا ہوتا ہے۔ پہلے اسے ایک صفحہ پر موجود پیغام کو پڑھنے پر تیار کیا جاتا ہے پھر بعد کے صفحات یا اشاعتوں میں سلسلہ دار کہانی کی مانند اسے اس اشتہار کے باقی ماندہ حصہ کو پڑھنے کی طرف راغب کیا جاتا ہے۔

کبھی کبھی قاری کی توجہ مبذول کرنے کے لیے کسی خاص ترتیب سے بھی کام لیا جاتا ہے جیسے اشتہار کو ٹیپے سے اوپر کی جانب (اٹلے انداز میں) چھپانا یا چھان بوجھ کر غلطیاں کر دینا تاکہ قاری کی توجہ اس طرف مبذول ہو جائے۔ زیادہ تر فائدہ اوقات حاصل ہوتا ہے جب پیغام اعتقاد پر مشتمل ہو اور شرارتی اشتہار (Teaser Advertisement) کا حصہ ہو۔

طبعیت کی کوٹائی (Printing Quality)

روزانہ شائع ہونے والے اخبارات کو فی الفور تیار کر کے شائع کیا جاتا ہے اور بھران کی قیمت کو بھی مد نظر رکھا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ یہ پڑھ کر

— عام نیوز پرنٹ 22 لائنیں فی سم واپی ڈاٹڈ اسکرین (Dotted Screen) قبول کر لیتا ہے مگر کاغذ کی چند اقسام (Glazed Variety) 26 لائنیں فی سم تک قبول کر لیتی ہے۔ ہارپ اسکرینوں سے دھندلے اثرات پیدا ہوتے ہیں اس لیے انھیں استعمال کرنے کا ماحورہ نہیں دیا جاسکتا۔
 — ری پروڈکشن کے معاملہ میں لائن آرٹ سے کوئی مسئلہ پیدا نہیں ہوتا لیکن اس طرح حاصل ہونے والے نتائج کا موازنہ آرٹ بھیجے پر فائن ہینچر لائنوں (Fine Etched Lines) سے نہیں کیا جاسکتا۔

— ٹھوس رتوں (Solid Areas) سے مسائل کھڑے ہو جاتے ہیں کیونکہ کاغذ بہت حد تک مسطح (Even) نہیں ہوتا۔ عام طور پر ہلکی ہلکی بند کیاں ہی پڑ جاتی ہیں جو شاید پکنگ (Picking) اور اخبار کی کمزوری سطحی وجہ سے پڑ جاتی ہیں (دیکھیے صفحہ ۶۰)۔

— وکلیف (Vignettes) کی طبعیت سے متعلق کام کے لیے براعیط میک ریڈی (Careful Makeready) کی ضرورت ہوتی ہے اس لیے اس ضمن میں بھی بہت افزائی نہیں کی جاسکتی۔

— ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں، پبلشنگ میڈیا کی ان حدود سے بخوبی واقف ہوتی ہیں اور وہ انھیں ہاتھوں کو مد نظر رکھتے ہوئے آرٹ ورک کو پیش کرتے ہیں۔

رسالہ / مجلہ (Magazines / Periodicals)

(1) لانگ رینج ایج (Long Range Image) یا بھری کردار ڈیزائن کرنے کے لیے مختلف خصوصیات مقرر کرتے وقت جن پہلوؤں پر غور کیا جاتا ہے وہ ہیں:

— فارمیٹ، کاغذ اور خاطر خواہ طبعیت کی کوٹنگ، احاطہ کیے جانے والے عنوانات (ایڈیٹوریل، فلفہ) اور صفحات پر ان کی ترتیب۔

— مختلف عنوانات کی ٹائپو گرافی، لے آؤٹ، گرڈ، تصویر کی ڈپلے اور محسوس کے چھپنے۔

— سرورق کے لیے "ماسٹ ہیڈ" (Mastheads) اور مستقل نیچے عنوانات (Features) یا عنوانات۔

— اشتہارات: جگہوں سے اشتہارات کے جلاک لیے جائیں یا اسٹیریو (Sterios) یا ٹیچر میگزین کی پکڑ کریں۔ اگر ایسا ہو تو پیش کی جانے والی خدمات پہلی صفحہ شائع کیے جانے سے قبل یعنی ڈیزائن منیوئل کا کام انجام دینے والی ڈی ٹیکٹل دینے سے قبل یہ تمام باتیں پرت سے صلاح و مشورہ کے بعد طے کر لی جاتی ہیں۔

بنیادی طور پر یہ کثیر صفائی ڈیزائن کاری کا کام ہو تا ہے۔

(2) اگر کوئی شخص میگزین پڑھے بغیر صرف اس کے سرورق پر ایک سرسری سی ہی نظر ڈالے تو بھی میگزین کی ہر ایک جگہ میں اس کے لیے بھری جلاہیت ضرور ہونی چاہیے۔

(3) لے آؤٹ کے مقاصد کے پیش نظر میگزین کو ایک دوسرے کے آنے

سانے کے صفحات کی اکائیوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ مندرجہ بالا

(1) میں موجود عناصر (اصل عبارت اور تصاویر) کو مندرجہ ذیل باتوں

کو ذہن میں رکھ کر مرتب کیا جاتا ہے:

— آنے سانے کے دو صفحات کی اکائی جگہ (Unit Space) پر عائد

ہونے والی ڈیزائن کاری کے اصول۔

— اس قسم کی تمام اکائیوں کو میگزین کے مجموعی کردار سے متحد کرنے والا

روز شائع ہونے والی مطبوعات کے علاوہ ایک خاص مدت۔

بنتہ دار، چند روزہ، ماہانہ، سالانہ وغیرہ۔ پ شائع ہونے والی مطبوعات کو میگزین کہا جاتا ہے۔ انھیں نیوز پرنٹ سے زیادہ بہتر کاغذ پر چھاپا جاتا ہے۔ عام طور پر ان کا سرورق جلاب نظر اور مضبوط اور بہتر اشاک (Stock) پر طبع ہوتا ہے تاکہ میگزین کی حفاظت بھی ہو اور فروخت اکیل (Sales Appeal) میں بھی اضافہ ہو۔

ایک خاص مزاج کے قارئین کو اپنی جانب متوجہ کرنے اور اپنے گرد اکٹھا کرنے کے مقصد سے لکھے جانے والے ادارہ (Editorial) کے مضامین کی جگہ پر میگزین کو مختلف زمرہوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔ اس طرح ہمیں طرح طرح کے میگزین دکھائی دیتے ہیں۔

• حورقوں کے میگزین جن میں حورقوں کی دلچسپی کے مضامین زیادہ ہوتے ہیں۔

• بزنس میگزین میں کاروباری موضوعات پر مضامین موجود ہوتے ہیں۔

• ٹریڈ میگزین تکنیکی مضامین کے لیے وقف ہوتے ہیں۔

• ایڈسٹرل میگزین کا تعلق مینوفیکچر اور پروڈکشن کے پہلوؤں سے ہوتا ہے۔

• پروڈکشنل میگزین کا تعلق کسی خاص پیشے سے ہوتا ہے۔

• کچھ میگزینوں میں صرف ایڈورٹائزنگ (Advertising) ہی کی جاتی ہے۔

• مذہبی میگزین صرف روحانیت اور دینیات کے لیے ہی وقف ہوتے ہیں۔

• بچوں کے میگزین میں تلمیسی مضامین، تفریحی انداز میں لکھے جاتے ہیں۔

• نیوز جیج میگزین خمیر ہوتا ہے جس میں ہفتہ وار احوال کے دنوں میں مختلف موضوعات پر نظریات ہوتے ہیں۔

• کاکس میں بہت زیادہ تصویر کی کہانیاں دی ہوئی ہوتی ہیں۔ یہ تصویریں عام طور پر ہاتھ سے بنائی جاتی ہیں۔

میگزین کا ڈیزائن (Design of a Magazine)

میگزین کی ڈیزائن کاری کے لیے تین مراحل کا درمیان رکھا جاتا ہے:

سرکٹیشن پرفیک پوسٹس کانڈکٹر ایک ہالڈ لوس ہوں

20,000 تک لیٹر پریس کٹائی کوئڈ (اگر صرف لائن
رہتا ہے آرٹ ہو تو غیر کوئڈ)

20,000 تا آئیڈ کٹائی غیر کوئڈ سے کام چل
100,000 رہتا ہے جائے گا

100,000 سے رولڈ گرسے واپر چٹا، خصوصی طور پر

زیادہ (Rotogravure) جگہدار، حتیٰ کہ رول
کٹائی رہتا ہے میں لپٹا ہوا مواد کا گند بھی

میگزینوں میں اشتہارات

(Advertisements in Magazines)

اشتہاروں کے ذریعہ ان ہمارے مطالعے کے خاص موضوع ہیں۔
دیگر ذرائع الجرائد کے مقابلہ میں زیادہ تر صفحہ ڈیزائن کے میگزینوں میں جہاں
کچھ فائدہ ہے جس کو وہیں کچھ حدود (پابندیاں) بھی ہیں۔ اس بات کا مشاہدہ
مندرجہ ذیل حقائق سے لگایا جاسکتا ہے:

(i) تکنیکی خوبیاں (Technical Merits)

- زیادہ تر میگزین رتبین اشتہارات ہی قبول کرتے ہیں کیونکہ رتبین اشتہارات سے کافی حد تک اشتہارات کی قدر میں اضافہ اور پیغام (سنڈیر) قبول کر لینے کا اثر پیدا ہوتا ہے۔
- ان میں عام طور پر عمدہ کوالٹی کا کاغذ استعمال کیا جاتا ہے پھر طباعت کی زیادہ ہر گزیر پوسٹس استعمال کیا جاتا ہے جس سے اخبار کے مقابلہ میں میگزین کے ذریعہ شہر کرنے کے امکانات بہتر ہو جاتے ہیں۔ عام طور پر تعداد پر فضول خرچی کی جاتی ہے جس سے ان میں جگہ بہت بڑھ جاتی ہے۔ اس بات کے امکانات بھی ہیں کہ بائیننگ کرتے وقت متحدہ سے طبع شدہ مواد مشکب کر دیا جائے۔ اس سچے ہوئے مشکب مواد کو انڈرٹ (Insert) کہا جاتا ہے۔
- کبھی کبھی میگزین کا فارمیٹ ملاحظہ کیجئے۔ تقریباً تمام میگزینوں میں ہی جاذب نظر تصویر کے لیے کافی بڑا رقبہ وقف کر دیا جاتا ہے۔

مشترکہ بند من۔

اس طرح ایک وقت میں ڈیزائنر کو (3) کے مطابق کام انجام دینا
ہوتا ہے اور اسے (1) میں متذکر خصوصیات کے معیار کے اندر ہی کام کرنا
ہوتا ہے۔ اس قسم کا طریقہ کار محکم بھی ہوتا ہے اور اس سے وقت کی بھی
بچت ہوتی ہے۔

فارمیٹ، پیپر، پرنٹنگ

(Format, Paper, Printing)

ان باتوں کا دارودہا اس پر ہوتا ہے کہ میگزین پڑھنے اور ساتھ
لے جانے کے لیے کتنے بڑے سائز کی ضرورت ہے اور تصویر کی مولوکی
لائٹس کے لیے کتنا بڑا قدر کار ہے۔ میگزین کے متعلق یہ خیال کیا جاتا ہے
کہ اسے ٹھوسے ٹھوسے وقت سے پڑھا جاتا ہے نیز یہ کہ اس کی کچھ حوالہ جاتی
قدر (Reference Value) بھی ہوتی ہے: یعنی اس میں پیش کردہ مناظر
متاثر کن ہونے چاہئیں۔ میگزین عام طور پر مندرجہ ذیل سائزوں میں طبع
ہوتی ہیں:

18.5 cm x 13.5 cm, 19.5 cm x 15 cm,

24 cm x 18 cm, 32.5 cm x 25 cm

چونکہ زیادہ تر میگزین تصویر بردار ہوتی ہیں اس لیے کاغذ کی کوالٹی
پر شک پوسٹس پر منحصر ہوتی ہے اور پر شک پوسٹس کا انحصار کسی بھی
میگزین کی تعداد اشاعت (Circulation) پر ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ کٹائی
منصر کو بھی مد نظر رکھا جاتا ہے۔ اکلو ایسا بھی ہوتا ہے کہ آخری نتیجہ
(Final Result) مطلق کفایت (Absolute Economy) سے زیادہ اہمیت
کا حامل ہوتا ہے اور ایسی حالت میں سرکٹیشن تعداد پر شک پوسٹس پر غالب
آ جاتی ہے۔ کچھ خاص موضوعات کو زیادہ اجاگر کرنے کے لیے وہ طرح کے
کانڈوں کا استعمال بھی کوئی غیر معمولی بات نہیں۔

آرٹ ورک (Art Works) کو پر شک پوسٹس کے مطابق ہی

محکم کرتا ہوتا ہے۔

(iii) حدود بندی (Limitations)

- اشتہاری مہم کی منصوبہ بندی پہلے کرنی پڑتی ہے۔ پرنٹر کو منصوبہ بندی اور کلر پر جنگ کرنے کے لیے تین ہفتے درکار ہوتے ہیں۔ اسی طرح کندہ کار کو بھی 3 تا 4 ہفتے درکار ہوتے ہیں۔ ڈیزائنر کو 2 یا 3 ہفتے قبل کام شروع کرنا ہوتا ہے۔ اس لیے اس سے یہ توقع نہیں کی جاسکتی کہ اس نے قبل از وقت ہی حالات پر غور کر لیا ہو گا اور اس کے پاس اشتہاری مہم سے متعلق معلومات کی بھرمار ہوگی۔ اس لیے اسے صرف چند عمومی اثر ڈال سکے والی باتوں پر ہی اکتفا کرنا ہوگا۔

- امکانی گاہکوں کے ملنے کی امید اتنی نہیں ہوتی جتنی کہ اکثر اخبارات کے ذریعہ ہوتی ہے۔ اس کا تعلق اس رسالہ کی مدت اشاعت سے ہوتا ہے یعنی ماہانہ شائع ہونے والے میگزین کے مقابلہ میں دار چھپنے والے میگزین سے تیار آپ کو چار انڈرشن (Insertions) حاصل ہو سکتے ہیں۔
- کلر ری پریڈیشن ایک ہنگام عمل ہوتا ہے۔
- جو پیغام صرف کسی مخصوص علاقہ کے لوگوں تک ہی پہنچانا مقصود ہو اس کے لیے قومی ایڈیشن میگزین کا استعمال کرنا ممکن نہیں ہوتا۔ اس لیے چھوٹے شہرین کے لیے ایسے میگزین تک پہنچنے کے لیے معاشی حالت کے مد نظر، تمام زمین مسدود ہو جاتی ہے۔ اسی طرح قومی پیمانہ پر چھپنے والے ایڈیشنوں میں اشتہار دینے والے کی اشاعت اتنی نہیں ہوتی کہ وہ کسی خاص خطہ کے خریداروں کے طرز عمل پر اثر انداز ہو سکے۔

(iv) ترجیحی حیثیت (Preferred Position)

- میگزین کے سر درق بہترین کاغذ اور طبعی اثرات سے مزین ہوتے ہیں تاکہ ان کی جانب زیادہ سے زیادہ توجہ مبذول کرائی جاسکے۔ اگر میگزین میں ان صفحات پر اشتہارات دینے کی شرحیں زیادہ ہوں تو اس میں کوئی تعجب نہ ہونا چاہیے۔

- سر درق 1 عام طور پر میگزین اپنے استعمال کے لیے برقرار رکھتا ہے۔ تاہم کچھ میگزینوں کے سر درق کی بجلی بی فروخت کر دیتے ہیں۔ اس جگہ کی شرح سب سے زیادہ ہوتی ہے۔ اس کے بعد سر درق 4 کا نمبر آتا ہے جو سر درق 2 اور سر درق 3 کے بعد آتا ہے اور اسی مناسبت سے اس کی شرح میں بھی مقرر

- اسے ایسی فصل بھی طے کی جاسکتی ہے جسے کسی صفات موزوں دے سکے ہوں۔ یہ آسانی ملک کر لی جانے والی بک لیٹ، کیلے، لاگ، گائند، اجڑائے زمین کی کتاب (Recipe Book) یا کبھی کبھی پریڈکٹ کا نمونہ بھی منسلک کیا جاسکتا ہے۔ انڈرٹ (Inserts) عام طور پر اصل میگزین سے علیحدہ ہی دکھائی دیتے ہیں۔ ان کے لیے مخصوص کاغذ کا استعمال کیا جاتا ہے۔ وہ اپنے وزن، سائز، رنگ اور شکل و صورت کی بنا پر الگ سے نظر آ جاتے ہیں۔

(v) اشتہاری خدایاں (Advertising Merits)

- میگزین کی عمر اخبارات کے مقابلہ میں زیادہ ہوتی ہے۔ انھیں ایک بار پڑھ چکے کے بعد موقع ملنے پر دوبارہ سہ بار پڑھا جاتا ہے اور یہ حقیقت ہے کہ ایسے مضمونوں پر ایڈورٹائزنگ صفحہ پر زیادہ دھیان دیا جاتا ہے۔ انھیں عام طور پر نوجوان طبقہ، خوشحال گھرانوں کے ذریعہ (جن میں افراد خاندان زیادہ ہوں)۔ یعنی ایسی جماعتیں ان پر زیادہ توجہ دیتی ہیں جنہیں قابل اشتہار اشیا زیادہ خریدنی ہوتی ہیں اور ہر جماعت میں رائے دینے والے موجود ہوتے ہیں۔
- خصوصی میگزینوں کے ذریعہ مخصوص گروپ بھی اشتہارات میں دکھائی گئی چیزوں تک پہنچ سکتے ہیں۔ کچھ میگزینوں جیسے ریڈرس ڈائجسٹ (Reader's Digest) وغیرہ کے ذریعہ ملک گیر پیمانہ پر اشتہارات بھیجے جاسکتے ہیں۔ اس طرح کسی مخصوص علاقہ میں مقبول ترین میگزین کے ذریعہ یہ کام انجام دیا جاسکتا ہے۔
- بہت سے میگزین پہلے اشتہارات کو پڑھتے ہیں اور ان میں غلط جانی یا جھوٹ محسوس کرتے ہیں تو ان اشتہارات کو قبول نہیں کرتیں۔ اس طرح مشترکہ قاعدہ بھی وضع کیا جاتا ہے کہ میگزین پڑھنے والوں نے اشتہار پر یقین کر لیا ہے اور اس پر دوسرے مندی کا قاعدہ بہر حال مشترکہ وضع کیا جاتا ہے۔
- ایڈیٹر یا ایڈیٹر میں شہرین کے لیے ہر دائرہ نوٹ موجود ہو سکتا ہے۔
- قارئین اشتہارات کو بار بار چھینا ہوا دیکھ کر یہ یقین کر سکتے ہیں کہ پریڈکٹ کی پشت پر کوئی بڑی تنظیم موجود ہے۔

کردی جاتی ہیں۔

رنگ (Colour)

سیاہ کے علاوہ مشترکین کو جن رنگوں کی اہلیت ہے وہ مندرجہ ذیل ہیں:

— میگزین کی زیادہ تر تعداد اسکا ہے جو نقل کرایڈور ٹائز صفت یعنی چار رنگوں میں اشتہار چھاپنے کی سہولت فراہم کرتے ہیں۔ پر فلک پر دسیں کے مطابق آؤٹ ورک جمع کرنا پڑتا ہے۔

— کچھ میگزینیں دور درنگوں میں اشتہار چھاپنے کی سہولت فراہم کرتی ہیں۔ سیاہ اور کوئی دوسرا اضافی رنگ۔ رنگ کے شے کا انتخاب آپسی صلاح مشورہ سے کیا جاتا ہے مگر یہ عمومی طور پر پوسٹل شے (Pastel Shade) ہوتا ہے جو اتنا گہرا ہوتا ہے کہ اس میں اگلے حروف نظر آجاتے ہیں اور یہ سیاہ مطاعت بھی قبول کر لیتا ہے اور اتنا کنٹراسٹ (Contrast) فراہم کرتا ہے کہ پیغام آسانی سے پڑھا جاسکتا ہے۔ اسی کے ساتھ ساتھ اس کا رنگ بھی اسی قسم کا ہوتا ہے۔

سرورق 2 کے سامنے والے صفحہ 1 اور پھر فہرست مضامین اور لوہریہ کے سامنے والے اور درمیان میں واقع صفحات کا نمبر آتا ہے۔ ان جگہوں کو بھی ترجیحی حیثیت کا حامل سمجھا جاتا ہے۔ ان کی شرمیں عام بلیک اینڈ وھائٹ صفحات کے مقابلہ زیادہ ہوتی ہیں۔

(v) بلیڈ صفحات (Bleed Pages)

تصادی، ٹنٹ (Tints) یا سالڈ رقبوں (Solid Areas) جو طبع شدہ رقبہ سے لے کر صفحات کے سرورق تک پھیلا ہوتا ہے (جو طبع بلیڈ تشبیلات (Bleed Illustrations) کہا جاتا ہے۔ انھیں صفحہ سے بڑے رقبہ پر چھاپنا پڑتا ہے۔ بلیڈ کے لیے تقریباً 3 ملی میٹر زیادہ — تاکہ سلائی ہو جانے اور کٹائی ہو جانے کے بعد تصویر/تشبیلات میگزین کے سائز میں آجائے۔ ایسے صفحات پر اشتہار کی شرمیں 10% تا 20% زیادہ ہوتی ہیں۔

ڈائریکٹ میل (Direct Mail)

ایک طرف مطلوبہ معلومات حاصل،
گرفے کے لیے کچھ قہرہ کیا گیا ہو
اور دوسری طرف پوسٹل پتہ قہرہ کیا
جائے؟

فولڈر یا بک لیٹ (Folder or Booklet)

ہوسکتا ہے پیغام اتنا طویل ہو کہ
دوصفحاتی خط میں بھی نہ سمانے۔ کیا اس کے لیے
ایک بڑے صفحہ کو دونوں جانب سے طبع کرانے اور
پھر مناسب انداز میں موڑ کر مناسب شکل عطا کر
لینے سے کام نہیں چل جائے گا؟ پہلی ہی نظر میں
نصف پیغام تو نظر آئی جائے گا۔ اور اگر اتفاق سے
پیغام کی طوالت تجاوز کر جائے اور پھر اس کی کچھ
حوالہ جاتی قدر (Reference Value) بھی ہو تو پھر اس
کا جواب بک لیٹ (کتابچہ) ہوسکتا ہے۔

لٹافہ (Envelope)

کیا اسے ریٹی میڈ ہوتا چاہیے یا پھر
خصوصی شکل و صورت والا؟ کیا اسے غیر معمولی
کاغذ سے بنایا جائے؟ سادہ ہو، نقش و نگار سے سجایا
ہو؟ کیا اس میں مافیہ (Content) کی جانچ پڑتال پر
اکسانے والی ونڈو (Window) موجود ہو؟ بھر حال اس
سے ہونے والے ڈاک خرچ کا دارو مدار اس کے وزن
اور اس میں موجود ان مافیہات (Contents) پر ہوتا ہے
جنہیں باہر سے ہی نظر آجانا چاہیے۔

ڈائریکٹ میل پیغام ان مقاصد کا حامل ہو سکتا ہے: معلومات
حاصل کرنا، اطلاع دینا، اعلان کرنا، دعوہ دینا، رپورٹ کرنا، پیغام رسائی کرنا،
فروخت کرنا، نمونہ بھیجنا وغیرہ وغیرہ۔

خط (Letter)

آپا یہ کہنی کے حسب معمول لیٹر پیڈ پر ہے یا یہ
کولی ایسا موقع ہے جسے کسی خاص مرئی موقع کے لیے
تحریر کیا گیا ہے؟ کیا اس کے لیے تصویر بردار بنیادی
مرکزی خیال، خصوصی فن طباعت (Typography)،
غیر معمولی کاغذ، اضافی پرنٹنگ کی ٹوکیب (Processes) کی
ضرورت ہے۔ جسے فولک اسٹامپنگ (Foil Stamping)، ڈالی
پرنٹنگ (Dye Printing)، پلانڈ امبوسنگ (Blind Embossing)،
ڈالی کٹنگ (Dye Cutting) وغیرہ؟

جواب (Reply)

— جواب کے لیے ایک لٹافہ دستی کر
دیاجاتا ہے تاکہ وصول کنندہ کو جواب
کے لیے اُمید کیا جاسکے اور بھیجے
جائے والے پیغام کے متعلق جواب
حاصل ہو سکے۔

— کیا اس کے حوالہ مطبوعہ خط (فارم) اور
جوابی لٹافہ بھیجنا چاہیے؟ فارم پر
چھپی ہوئی تحریر کے وصول کنندہ
کو مطلوبہ معلومات سے متعلقہ نکات
کو خطی جگہوں میں پٹر لے دیے گئے
ملتی ہے۔

— اس کے لیے صرف ایسے پوسٹ کارڈ
کیوں نہ استعمال کیے جائیں جن کی

آرڈر فارم اور ایجنسی کے ڈاک کو بھیجا جانے والا جوابی لفافہ، نہایت عمدہ تصویر بردار کے ڈاک (جس میں اشیا کی نقیصیں اور دستخط فوائد بھی درج ہوتے ہیں) میل آرڈر کے ضروری حصہ ہوتے ہیں۔ ڈائریکٹ میل پیغام کو مختلف شکلوں میں بھیجا جاسکتا ہے جیسے پوسٹ کارڈ، خط، فولڈر، برفا شیٹ (Broad Sheet)، بروشر (Brochure) وغیرہ۔ گراؤٹ ڈیزائن کے مد نظر انھیں ذیل میں بیان کیا گیا ہے:

پوسٹ کارڈ یا میلنگ کارڈ (Post Card or Mailing Card) یہ ڈائریکٹ میل کی (اختیار کردہ) سب سے سادہ شکل ہوتی ہے، پوسٹ آفس کی مقرر کردہ شرائط کی رو سے یہ 10 cm x 15 cm سے زیادہ اور 7.5 cm x 5 cm سے چھوٹے سائز کا نہیں ہو سکتا۔ اس پر ایک طرف پتہ لکھنے کے لیے طرحت کی جاتی ہے اور دوسری جانب پیمائش لکھنے کے لیے جگہ ہوتی ہے۔ اس کا اسٹاک (Stock) کافی سخت کارڈ والا ہوتا ہے جس کا رنگ سفید یا سفید ہو سکتا ہے۔ چھوٹے موٹے کام کرنے والے، خط و کتابت کے لیے پوسٹ کارڈ استعمال کرتے ہیں مگر زیادہ تر کمپنیاں پوسٹ کارڈ کو کوئی باوقار یا قابل عزت وسیلہ نہیں سمجھتیں۔ اکثر ایسا ہوتا ہے کہ اس پر اپنا پتہ لکھ کر جوابی کارڈ کے طور پر بھیج دیا جاتا ہے تاکہ وصول کرنے والے کو جواب دینے پر آمادہ کیا جائے۔ جوابی پیغام عموماً محدود (Objective)، مطلوبہ اور اس قسم کا ہوتا ہے کہ مکتوب الیہ کو صرف چند خطی جملے بھیج کر اپنا حوالہ دے کر ظاہر کرتا ہوتا ہے۔ ڈاک کے ذریعہ واپس بھیجے جانے والے پوسٹ کارڈوں کے ڈاک خرچ برداشت کرنے کی بات چینی بنانے کے لیے مندرجہ شکل والے پوسٹ کارڈ بھیجے جاتے ہیں۔ ان کے ڈیزائن پوسٹ آفس کی مقرر کردہ شرائط پر تیار کیا جاتا ہے۔ اس شخص میں ڈاک حملہ کے افسران سے ایک پرمٹ نمبر (Permit Number) حاصل کرنا ہوتا ہے۔ پھر اس نمبر کو پوسٹ کارڈ یا لفافہ کارڈ پر چھپایا جاتا ہے۔ دیگر ضروری کوائف اس طرح ہوتے ہیں:

— سب سے اوپر کی کناروں پر متن (Text)

— داخلی جانب دو عمودی موٹے خطوط

”ڈائریکٹ میل“ اصطلاح اس مراحل کے لیے استعمال کی جاتی ہے جسے کوئی مشترکہ بلاواسطہ طور پر ڈاک کے ذریعہ امکانی ڈاک کو بھیجتا ہے۔ یہاں ڈاک سے مراد اخبارات، پوسٹر، ٹی وی میسجے ذرائع نہ لیا جائے۔ ظاہر ہے کہ — جب کوئی شخص ڈاک سے اپنے نام کوئی مخلوق خط (Enveloped Letter) وصول کرتا ہے تو وہ زیادہ آہستہ داری محسوس کرتا ہے۔

— کیونکہ مشترکہ ڈاک کے مابین اور کوئی وسیلہ — جیسے اخبار، میگزین — موجود نہیں ہے اس لیے اس ذریعہ اسلئے کو مشترکہ ذریعہ اپنے امکانی ڈاک سے رابطہ قائم کرنے کا سب سے تیز اور تیر بہدف طریقہ قرار دیا جاسکتا ہے۔ اس مہم کے رد عمل کو موصولہ جوابات (فیڈ بیک یا بازری) کی تعداد سے آگاہ جاسکتا ہے۔

— اس طریقہ کو کم سے کم ضائع ہونے والا کہا جاسکتا ہے کیونکہ مشترکہ اپنے عوام کو اور پیغام بھیجنے کے اوقات کو بذات خود منتخب کرتا ہے۔ تاہم فی حد یہ ایک مہنگا طریقہ ہے کیونکہ نہ صرف جوابی خط لفافہ میں رکھ کر ایک مطلوبہ فارم ڈاک کو بھیجا جاتا ہے بلکہ مشترکہ کو جوابی خط کا خرچ بھی برداشت کرنا پڑتا ہے۔ اس میں جو کاغذ اور چھپائی کے طریقے اختیار کیے جاتے ہیں وہ سب سے سستے ہوتے ہیں۔ کثیر رنگی تصاویر، مہنگی چھپائی، ایبوسنگ، ڈائی کٹنگ، فوکل اسٹیمپنگ، میل ٹکٹا، نمونہ سمجھنا وغیرہ وغیرہ کو ایسی باتیں ہیں جو کوئی بھی ڈیزائنر اختیار کر سکتا ہے اور یہ اس کے لیے کوئی غیر معمولی چیز نہیں ہے۔ اگر دیکھا جائے تو یہ مکتوب الیہ (Addressee) کی خلوت میں دخل اندازی قرار دی جائے گی لیکن بہر حال اس کو کچھ فرصت کے لحاظ سے بھی ضرور منبر ہوتے ہیں اور اس وقت ہو سکتا ہے کہ اخبار وغیرہ کے ای مطبعہ پر اس سے ملنے والے کسی اور پیغام سے اس کا واسطہ نہ پڑتا ہو (اور وہ وقت گزارنے کی خاطر اس پیغام کو پڑھ لے)۔

ڈائریکٹ میل کو غلطی سے میل آرڈر (Mail Order) نہ سمجھنا چاہیے کیونکہ میل آرڈر کا مقصد غیر مستند تیار اشیا کے میل آرڈر (Sales Orders) حاصل کرنا ہوتا ہے اور یہ زیادہ تر تیار مال کی تقسیم کرنے کی ایسی سہولت ہوتی ہے جس میں بچوں (Middle Man) کو نکال دیا جاتا ہے۔

ہے۔ کبھی کبھی یہ غیر متوازن بھی دکھائی دے سکتا ہے لیکن پیغام کو تائید کرانچنے کے بعد اس ضمن میں کوئی فیصلہ کرنا چاہیے۔ بہر حال کوئی بھی کسی کو کور ایئر ہیڈ تو بھیجتا نہیں۔ ڈیزائنز کی لے آؤٹ کے مطابق ٹائپنگ ہو جانے کے بعد کسی ڈاٹ یا لائن کے ذریعہ ٹائپسٹ کو ابتدائی نقطہ کے بارے میں بتادیا جاتا ہے۔ کبھی کبھی ڈسپچ کلرک (Dispatch Clerk) کی رہنمائی کی خاطر موڑنے کے نشانات (Fold Marks) تک چھپا دیے جاتے ہیں۔ لفاظ میں دھڑکا استعمال ڈیزائنرز پر ایک دوسرا کنٹرول ثابت ہوتا ہے۔ زیادہ تر لیٹر ہیڈ لیٹر پریس پر عملہ (Letterpress Printed) ہوتے ہیں مگر آئسٹ، سنکد اسکرین، ڈوائی پرنٹنگ، فوٹو اسٹیٹنگ اور بلا سٹنڈ ایو سب کچھ کوئی غیر معمولی تراکیب قرار نہیں دی جاسکتیں۔ اکثر خصوصی تاریخچہ اگرنے کے لیے ان کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔

لیٹر ہیڈ اور دیگر میٹیری ڈیزائن کاری کرتے وقت

— فائلنگ (Filing) کے لیے بائیں جانب کم از کم 2.5 cm کی جگہ چھوڑ دیں۔

— "پریس رہنمائی کارڈ" کے الفاظ

— پاسٹ آفس کا نام

— پیچھے والے کا پتہ

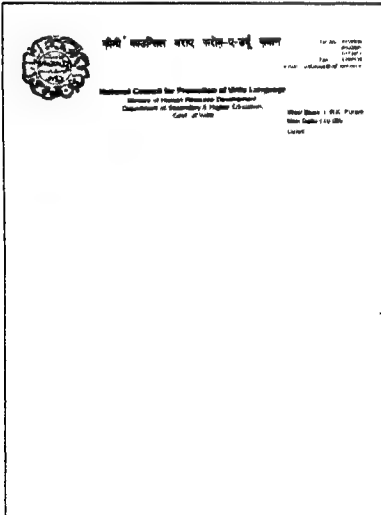
لیٹر ہیڈ (Letterheads)

یہ ذاتی، ادارہ جاتی یا تجارتی خط و کتابت تحریر کرنے کے کاغذات ہوتے ہیں۔ ان کے دو مقاصد ہوتے ہیں:

- (1) پیچھے والے کی پہچان اور شبیہ اجاگر کرتے ہیں اور پیچھے والے شخص کی تجارت اور پیشہ سے متعلق عزت و توقیر میں اضافہ ہوتا ہے۔ اس سبب ایسا موافق ماحول اور تاثر پیدا ہوتا ہے جس سے بھر دوسرے مندی بخشی ہے۔ اس طرح لیٹر ہیڈ ایک خاموش سیلین (Silent Salesman) کا کردار ادا کرتا ہے۔
- (2) پیچھے والے کو باہر پارنا پتہ (ڈاک ہاؤس، ٹیلی فون نمبر، ٹیلیکس کوڈ، وغیرہ) لکھنے میں وقت ضائع نہیں کرتا۔ تاہم اس کے علاوہ کچھ موضوعوں پر ان خالی جگہوں میں خصوصی پینلمات بھی پیچھے جاسکتے ہیں۔

مراسلاتی کاغذ کے سب سے اوپر کے حصے پر عموماً کبھی کے نشان (Emblem) کا ایک مستقل ڈیزائن بنا ہوا ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ وصول کنندہ کے نزدیک یہ ایک ایسا لفاظ ہوتا ہے جسے اس نے پہلی مرتبہ دیکھا ہے اور جو شکل و صورت میں ایک خط دکھائی دیتا ہے۔ اس طرح اس شخص پر پہلا تاثر مرتب ہوتا ہے، اس سے قرینہ اور اعتماد کا اظہار بھی ہونا چاہیے۔

اس کا ڈیزائن عناصر کے سادہ ترتیب پر مشتمل ہونا چاہیے۔ یہ ڈیزائن اکثر تسلی بخش ہوتا ہے۔ ٹائپ اور حروف سازی (Types and Lettering) کے انتخاب سے تجارتی مظہر، استحکام، اعتماد (Integrity) اور خدمت و فیرہ سے متعلق شکل اور لطیف احساسات کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ نشان (Emblem) سے مذکورہ بالا خصوصیات کا زیادہ شدت سے اظہار ہوتا ہے۔ مطلوبہ شبیہ پیدا کرنے میں نشان کے ڈیزائن کے علاوہ مناسب ٹائپ اور رنگ سے بھی بڑی مدد ملتی ہے، عموماً ماسٹ ہیڈ (Masthead)، جسے لیٹر ہیڈ سے بھی موسوم کیا جاتا ہے، کا ڈیزائن متوازن (Balanced) ہوتا

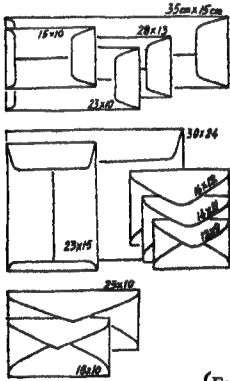


تقسیمات (Divisions) سب سے متبول ہیں۔

سائز	انچوں میں	میٹروں میں
1/4	$11 \times 8 \frac{1}{2}$	279×216
1/5	$10 \times 7 \frac{1}{2}$	254×190
1/6	$8 \frac{3}{4} \times 7 \frac{1}{2}$	222×184
1/8	$8 \frac{1}{2} \times 5 \frac{1}{2}$	216×140

میں لاکھائی سائز ہیں:

سائز	میٹروں میں
A4	297×210
A5	148×210
A6	138×105



لٹافے (Envelopes)

خطوط اور دیگر ملوف (کاغذات (Enclosures) جیسے لیف لیٹ (Leaflets)، فولڈر (Folders)، جہاز کا ڈو غیرہ کو پہنچانے کے لیے لٹافے تیار کیے جاتے ہیں۔ عام طور پر لٹافے سفید ہی ہوتے ہیں مگر رنگین، ٹیلا اور کرافٹ بھیجے سے تیار شدہ لٹافے بھی کوئی جگہ نہیں ہیں۔ لٹافوں کے معیاری سائز اوپر دکھائے گئے ہیں۔ ان مذکورہ بالا لٹافوں کے دیگر سائزوں کے لیے شرحیں کفایتی نہیں ہوتیں۔ ونڈرو (Window) والے

حروف اور الفاظ کا درمیانی فاصلہ مقرر کرنے میں ہوشیاری برتیں۔

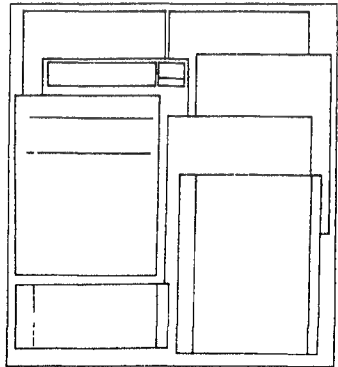
رنگ تھار یا تیار میل کے مناسب ہوں، بہت ہلکے نہ ہوں۔

سدا اہلی جانب ٹیلاں نشان پچکان / لوگو (Logo) یا ٹریڈ مارک (Trademark) لگانے کو ترجیح دی جاسکتی ہے۔

حروف ٹاپ کرنے کے لیے آؤٹ اسٹائل کی رائے دی جانی چاہیے۔ اسٹیشنری کے ڈیزائن کے لیے بات ذہن نشین رکھنی چاہیے کہ ٹاپ رائٹر کی لائنوں کا فاصلہ ای۔ ایم۔ ایس (ems) یا ہاف ای۔ ایم۔ ایس (Half ems) میں ہونا چاہیے۔

پلر ہیڈ اور اسٹیشنری میں کام آنے والے کاغذ

اسٹیشنری کے لیے باؤنڈ (Bonds) مثالی اسٹاک ثابت ہوتا ہے۔ سفید رنگ کا کاغذ سب سے زیادہ متبول ہے، مگر اکثر و بیشتر میل شدہ میں رنگین کاغذ کا بھی فیشن چلتا رہا ہے۔ اصل (Original) کے لیے سہنا ہماری قسم کا کاغذ اور نقلی (Copies) کے لیے ہلکا کاغذ استعمال کیا جاتا ہے۔ ڈپلی کیٹ اور ڈپلی کیٹ (Duplicate and Triplicate) چھٹائی (Sorting) کرنے کے کام میں آسانی کے پیش نظر ہلکے اوزان کے رنگین کاغذ متبول ہیں۔



سائزوں کے اسٹاک کی 457mm x 584mm (18" x 23")

سے کپٹی کا اسٹاکل معلوم ہو جاتا ہے۔ بہت زیادہ ہو تو ایک نعرہ یا ایک نثری بہت ہے لیکن یہ نعرہ یا سرخی شان دار اور موزوں ہو۔

سرکلر اور لیٹ (Circular and Leaflets)

یہ ایک ورق سے بنے ہوئے ہوتے ہیں۔ ان کی تعداد بھی ایک یا کبھی ایک سے زیادہ ہوتی ہے۔ کبھی یہ الگ الگ ہوتے ہیں یا کبھی اسٹاپل (Staple) کر دیے جاتے ہیں۔ یہ عام طور پر خطوط کے ساتھ ہی نکلتی ہوتے ہیں اور ان کا مقصد مضمون میں اضافہ کرنا ہوتا ہے۔ ان میں تیار ہال کا تذکرہ ہوتا ہے۔ یہ ان مضمون میں ہمہ گیر ہوتے ہیں کہ انھیں بلیک اینڈ وھائٹ، رنگین یا صرف سائیکلو اسٹاکل انداز میں چھاپا جاتا ہے۔ کاغذ سفید ہو سکتا ہے اور رنگین بھی۔

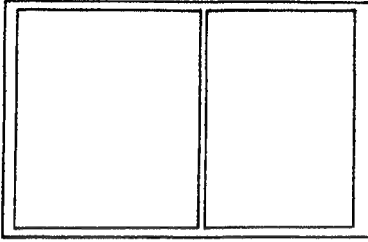
بہر حال ان سے ذاتی جذبات کی بونٹیں آتی یعنی یہ بونٹیں پڑتی ہیں۔ حتیٰ کہ ان سے خشک جو خط ہو جاتا ہے اس سے بھی اسی قسم کا تاثر پیدا ہوتا ہے۔

لفافوں میں دھڑ پر خلاف حفاظتی سیلو فین کی شیلڈ (Cellophane Protective Shield) لگی ہوئی ہوتی ہے۔ اس سے لفافہ پر پتہ لکھنے میں گلے والا وقت بچ جاتا ہے۔

ڈیزائن کاری کرتے وقت پتہ دلی سمت پر لوہری دائی جانب ڈاک ٹکٹ (Postage Stamps) چسپاں کرنے کے لیے جگہ چھوڑنا بھی ضروری ہوتا ہے۔ پتہ لکھنے والی جگہ سب سے نمایاں ہونی چاہیے۔

بھیجے والے کا نام اور پتہ اتنا نمایاں نہیں ہوتا (لیکن ہو تا ضرور ہے)۔ اس کا مقصد ڈاک ٹکٹ طازمین کو غیر ترکیل شدہ خطوط بھیجے والے کو واپس لوٹانے میں آسانی بہم پہنچانا ہوتا ہے۔ کچھ مشہورین لفافے کے ڈیزائن کو چھوٹے سے پوسٹر کا روپ عطا کر دیتے ہیں جو سراسر غیر مناسب ہے۔ ہاں اگر جہوار کے کسی خصوصی موقع پر عمدہ ڈیزائن والا لفافہ ہو تو بات دوسری ہے۔ اس سے بھیجے والے کی پہچان ہو جانی چاہیے۔ اس کام کے لیے ٹائپو گرافی میں مناسب ساز کی کوئی نشانی (Emblem)، ٹریڈ مارک کافی رہتا ہے جس

ڈائریکٹ میل (Direct Mail)



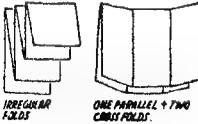
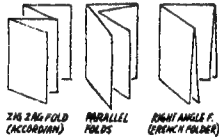
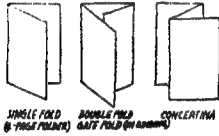
فولڈر (Folders)

یہ خط کے مقابلہ کم اور یک لیٹ (Booklet) کے مقابلہ زیادہ ذاتی ہوتے ہیں۔ یہ اس وقت چھپائے جاتے ہیں جب پیغام خط سے بڑا ہو جائے مگر یک لیٹ، نقشہ یا چارٹ کے لیے چھوٹا رہ جائے۔ کچھ پیغام جیسے سیاحتی ادب (Tourist Literature) تو ایسے ہوتے ہیں جو صرف فولڈروں کے اسٹائل میں ہی چھپوائے جاتے ہیں۔

فولڈر کے ڈیزائن پر خصوصی توجہ دینے کی ضرورت ہوتی ہے۔ پیغام اس انداز میں مرتب کیا جاتا ہے کہ قوتار سے سمجھ میں آتا چلا جائے اور اس بات کا دارومدار فولڈر کی تہوں پر ہوتا ہے جیسے جیسے فولڈر کھولتے چلے جائیں دیکھ ہی کھائی جان ہوتی چلی جائے۔

آرٹ کا فنڈ کے موڈ اس انداز سے تشکیل دیتا شروع کرتا ہے کہ پیغام کے مختلف حصے دلچسپ قوتار اختیار کرتے چلے جائیں۔ کاغذ کے سازندوں کے علم سے کفایتی ساز کا پتہ لگانے میں آسانی ہو جاتی ہے۔ فولڈروں کے لیے کوئی تعصب نسل تیار نہیں کیا جاتا۔ پہلے رف فل ساز کو فولڈر ڈیزائن کی ڈی (Dummy) کہا جاتا ہے۔

جامع فولڈروں (Comprehensive Folders) کی تیاری میں رف (Rough) لازمی طور پر رہنمائی دیتا ہے۔ اس میں عناصر کے ساز، شکل و صورت (دکھائی دینے کے انداز) اور لے آؤٹ کافی حد تک یقینی دکھائی دینے چاہئیں۔ سامنے اور پشت کے حصے کو جامعیت بخشنے کے لیے انھیں علیحدہ علیحدہ تیار کیے جاسکتے ہیں اور پھر ایک دوسرے کی پشت سے پشت ملا کر چسپاں کیا جاسکتا ہے۔ اسے بڑا پر چسپاں نہیں کیا جاتا کیونکہ گاہک آزمائش کے طور پر انھیں استعمال (بھی) کرنا چاہے گا۔ تیزی سے کھولے جانے والے فولڈروں اور نمونوں یا ترغیب دینے والی پلاسٹک یا لکڑی کی چیزوں کو اپنے اندر رکھنے والے چیز دانوں کو ایسے کارڈ پر چھاپنے کی ضرورت ہوتی ہے جو اتنا مضبوط اور سخت ہو کہ ملفوف (چپے) کی شکست برداشت کر سکے اور جس پر ڈائی پچنگ (Dye Punching) کرنے میں بھی سہولت ہو۔



کبھی کبھی جاپانی اور یوگائی کی طرح کی تہوں (The Japanese Origami Type of Folds) سے مطلوبہ ڈیزائن کی تقریباً حاصل ہو جاتی ہیں۔ بڑا سبز میں ایک ایسی صلاحیت موجود ہو جس کی بدولت وہ ہاتھ کے ہاتھ کاغذ میں

ہافت — دونوں یعنی سرورق اور اندرونی صفحات کے لیے — بہت زیادہ دستیاب ہیں۔ کاغذ سے حراج مضمین کرنے میں مدد ملتی ہے اور اس کی فنش (Finish) کے ذریعہ خاص احساس اجاگر کیا جاتا ہے۔ زیادہ تر کام کے لیے فارمیٹ کا انتخاب کاغذ کے اسٹاک سائز کے کٹائی تراش (Economical Cut) سے کیا جاتا ہے۔ یہ ایک اہم بات ہے کہ منتخب فارمیٹ پیغام کے لیے پسندیدہ فہرے (فروخت اہل، وقار، موقع (Occasion) یا صرف سرت) اجاگر کرتا ہے۔ اس سے تجارت میں ایک خاص معیار بھی پیدا ہوتا ہے۔ اس میں تھیلیات دکھانے والی کافی بڑی تصاویر کی اجازت دی جانی چاہیے۔ 64 صفحات والی بک لٹ کو اس کے بیچ میں تاریخ سرت کر کے سیا جاسکتا ہے۔ 200 صفحات تک کی بک لٹ میں پہلو کی سلائی (Side Stitch) کی جاسکتی ہے اور سرورق کو سب سے اوپر چسپاں کیا جاسکتا ہے۔ قلیل مدتی لٹریچر کے لیے سیکشن اسچنگ (Section Stitching) سے شہدادوری کام لیا جاتا ہے۔

کتابچے (Brochures)

ایسی چھوٹی کتابیں (Booklet) ہوتی ہیں جن میں تقریباً 16 صفحات ہوتے ہیں۔ ان کی نمائندگی قدر (Presentation Value) پیش بہا نوعیت کی ہوتی ہے، اکثر مسطور کن اور کبھی کبھی خوبصورت کھلوانی لائی۔ بیج لے آؤٹ (Page layouts) بھری اتحاد (Visual Unity) کا بہت اہم جز ہوتا ہے جس کے لیے ڈیزائنر کو بہت کمال ترکیب سوجنی ہوتی ہے۔ دیگر ذرائع ابلاغ میں دیے جانے والے اشتہارات کے جواب میں موصول ہونے والی فرمائشوں کے مطابق جواب میں عام طور پر کتابچے نگاروں میں رکھ کر ڈاک کے ذریعہ بھیج دیے جاتے ہیں۔

ابجدی فرد (Catalogues)

یہ فولڈر یا بک لٹ ہو سکتی ہے اور اھمیں سیل میل کے طور پر یا لغافوں میں رکھ کر بھیجا جاسکتا ہے۔ حالانکہ ان کا اجرا دیگر موقعوں پر بھی عمل میں آسکتا ہے مگر یہ تیل آرڈر سے زیادہ وابستہ ہیں۔ ان کی نمایاں خصوصیات درج ذیل ہیں:

- (1) زیادہ تر حقیقی فوٹو گرافوں یا ڈرائنگوں سے مزین ہوتی ہیں۔
- (2) پروڈکشن کے متعلق تفصیلی معلومات اور ان کے فوائد درج

مطلوبہ فلیٹس (Folds) اور ڈائی کٹ (Dye Cuts) کے نشان لگانے کے اندھنے کے لیے طرے تیار کیے جاتے ہیں جو کچھ ڈیزائنر کے لیے ہائزہ مل میں ہو۔

سیل میلر (Self Mailers)

یہ ایسے فولڈر یا بک لٹ ہوتے ہیں جن کے سرورق صفحات میں سے ایک صلی کو پھلنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ انھیں لانے لے جانے کے لیے کوئی لفافہ استعمال نہیں کیا جاتا (اسی لیے ان کا یہ نام پڑا ہے)۔ خصوصی قسم کے ڈائی کٹ بلیک ڈیوٹس (A Special Dye Cut Hooking Device) کے ذریعہ یا گوند بردار اسٹیکر (Gummed Sticker) کے ذریعہ عبوری طور پر کھولنے سے باز رکھا جاتا ہے۔ اس ضمن میں استعمال کیا جانے والا اسٹاک کاغذ بھی ہو سکتا ہے اور کارڈ بھی۔ اسی طرح ڈیزائن کاری کا دارودار بھی اس بات پر منحصر ہوتا ہے کہ فولڈر تکمیل دینا ہے یا بک لٹ۔

برلاسائڈ (Broadsides)

دو پاقص سائز (560mm × 890mm یا 430mm × 560mm) کے فولڈر کو برلاسائڈ کہتے ہیں۔ اسے کسی لفافہ میں رکھ کر یا بطور سیل میلر ایک جگہ سے دوسری جگہ بھیجا جاسکتا ہے۔ اپنے جذب کے باعث یہ ایک شاندار نقش مرتب کرتا ہے۔ اس خیال کے پیش نظر برلاسائڈ سے ڈاک مہم کا آغاز اور اختتام کرنا نہایت شاندار قرار دیا جاسکتا ہے۔ اس کے ڈیزائن کو پلاسٹر کے طور پر تصور کر کے اس پر بڑی بڑی تصاویر اور جھوٹا سائز فب دینے والا پیغام چھاپا جاسکتا ہے۔

بک لٹ (Booklets)

بک لٹ کی ڈیزائن کاری اس لیے کی جاتی ہے کہ اس میں کوئی مضمون فولڈر سے زیادہ گہرائی دیکر اس سے پیش کیا جاسکے۔ اس میں قارئین کے بہت سے سوالوں کے جواب دیے ہوئے ہوتے ہیں۔ قاری اس سے ایک لیے مرے تک استفادہ کرتا ہے۔ جگہ (صفحات کی تعداد)، فارمیٹ (Format) کا انتخاب اور کاغذ کی اقسام — مختلف اوزان، رنگ اور

ہوتے ہیں۔

- (3) قیمتیں درج ہوتی ہیں بشرطیکہ پرنٹ آرڈر ختم ہونے کی مدت کے دوران اس میں تبدیلی ہونے کی توقع نہ ہو۔ قیمتیں تبدیل ہو جانے پر الگ سے قیمتیں چھوڑ کر خشک کر دینا بھی ایک عام بات ہے۔
- (4) اس کا خاص مقصد یہ ہے کہ ایک ایک ایچ جگہ کو معلومات سے نڈ کر دیا جائے۔ اس لیے چند ہی ایچ کی فرد ایسی ہوتی ہیں جن میں سفید جگہ دیکھنے کو مل جاتی ہو۔ یہ عام طور پر منظم موضوعات سے مخصوص ہوتی ہیں اور فہرست سے نمایاں طور پر الگ دکھائی دیتی ہیں۔

ہاؤس جرنل (House Journal)

کسی کمپنی کے تمام ملازمین اور ممبران کے مابین بہتر سمجھ بوجھ پیدا کرنے اور اپنی سادہ بہتر بنانے کے لیے جب کوئی کمپنی ایک خاص مدت (ایک ماہ یا دو ماہ بعد) گزارنے پر جب کوئی مواد شائع کرنا کر تقسیم کرتی ہے تو اس مطلوبہ مواد کو ہاؤس جرنل، ہاؤس میگزین (House Magazine) یا نیوز لیٹر (Newsletter) سے موسوم کیا جاتا ہے۔ کچھ کمپنیاں اس سلسلہ کا استعمال کمپنی سے متعلق مختلف طبقوں میں بہتر روابط قائم کرنے کے لیے بھی کرتی ہیں۔ اس کا مقبول عام سائز "11" x 8 1/2" x 279 mm یا A4 ہوتا ہے اور اس کے لیے لیٹر پریس پر خشک پرنٹنگ پر دسیں ٹھیک رہتی ہے کیونکہ اس کی کاپیوں کی تعداد بہت زیادہ نہیں ہوتی۔ فوٹو گرافس ہمیشہ خبروں کو معتبر بنانے کے لیے شائع کیے جاتے ہیں۔ اسی لیے طباعت میں کوئی تبدیلی کا استعمال کیا جاتا ہے یا پھر امیٹیشن آرٹ (Imitation Art) کا۔ کچھ ایسی مثالیں بھی مل جاتی ہیں جہاں نیوز لیٹر کو نیوز پرنٹ پر نیپلوئڈ (Tabloid) فارمیٹ میں طبع کر دیا گیا ہے۔ عام طور پر جرنل اور ہاؤس جرنل میں موجود جگہ مشہورین کو فروخت نہیں کیا جاتا اس کے برعکس اسے ڈاک کے ذریعہ مفت بھیجا جاتا ہے یعنی اس طرح اس کا شمار ڈائریکٹ میل لٹرچر میں کیا جاسکتا ہے۔

جہاں تک اس کے ڈیزائن کارڈ کا سوال ہے تو یہ میگزین کی ہی طرح ہوتی ہے، اس کی شکل و صورت و جمالیات کی ٹائپ کے مطابق ہوتی ہے، سرورق کا ڈیزائن افرادیت کا حامل اور اس کا مطالعہ کرنے پر کسانے والا ہوتا ہے۔ اس میں باقاعدہ نوہیت کی چیزوں کے لیے مختص جگہوں میں ایک

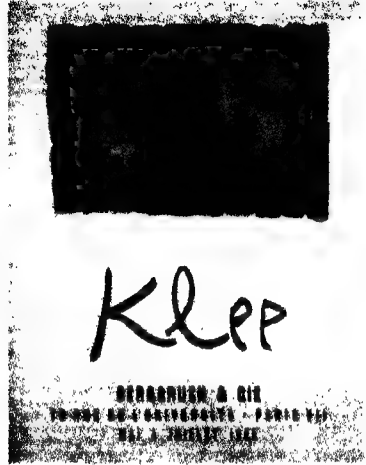
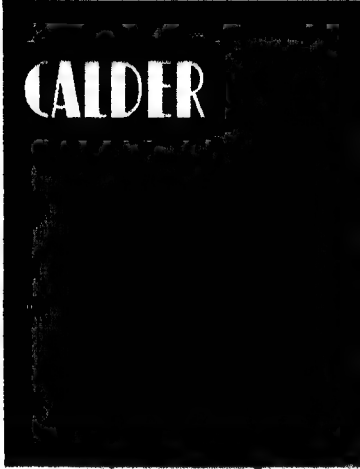
ترتیب رکھی جاتی ہے، لائن طباعت (Typography) اور لے آؤٹ گریڈ (Layout Grids) کو معیاری بنایا جاتا ہے۔ پوزیشن کی قدر و قیمت اور جرنل کی شبیہ سنوارنے کے لیے مذکورہ بالا باتوں کو ذہن میں رکھا جاتا ہے۔ مندرجہ ذیل قانونی شرائط پر عمل کیا جاتا ہے:

- (1) رجسٹریشن نمبر اسنے واضح طور پر لکھا جائے کہ محکمہ ڈاک کے ذمہ داران اسے بہ آسانی پڑھ سکیں۔
- (2) پہلی سالانہ اشاعت میں ملکیت سے متعلق بیان شائع کرنا ضروری ہے۔
- (3) ہر اشاعت میں پرنٹر اور پبلشر کی پہچان (نام، پتہ) ضرور تحریر کرنا چاہیے۔

خبروں کے سب سے زیادہ عمومی موضوعات یہ ہو سکتے ہیں:

- سلامتی، ایسے سماجی اجتماعات جہاں پورا اشاف شریک ہوتا ہو جیسے تہوار، کلب، سالگرہ، شادی، اموات، صحت، حفاظت، معزز اور اعلیٰ عہدے داران کی بطور مہمان تشریف آوری، کنہ اور بچوں سے متعلق پروگرام وغیرہ کے موقع پر تمام اشاف کی شرکت۔
 - ٹھیکس: اپنے میں بہتر پیدا کرنے، کارکردگی میں بہتری لانے کی طرف راضی کرنے والے تعلیمی مضامین اور پروڈکٹ ریسرچ کے ذریعہ کی جانے والی ترقی سے متعلق مضامین وغیرہ۔
 - کارکردگی کا تعین (Performance Motivation): جیسے مقابلے، انعام، ترقیاں (Promotions) اور یہ کہ دیگر شاخوں میں کیا ہو رہا ہے وغیرہ۔
 - اس میں ایک ایڈیٹوریل مضمون ہوتا ہے اور کسی کسی موقع پر کہنی کے چیزیں کی جانب سے پیشا بھی ہوتا ہے۔ خالی جگہوں کو پُر کرنے کے لیے مختلف چیزوں کی تفصیل اور لیلیے وغیرہ بھی ہو سکتے ہیں۔
- ایڈیٹر شپ کی ذمہ داری عموماً پبلک ریلیشن آفیسر (Public Relation Officer) پر عائد ہوتی ہے۔ پبلک ریلیشن آفیسر کی مدد تیل رلٹ اشاف (Communication Oriented Staff) کرتا ہے جو کمپنی کی مختلف شاخوں سے وابستہ ہوتا ہے اور خبریں اور خیالات جمع کر کے پبلک ریلیشن آفیسر کی خدمت میں پیش کرتا ہے۔

پوسٹر (Posters)



شیشوں (Colour Plastic Sheets) پر تیار کیے ہوئے ڈیزائن،

— بسوں، لاریوں، دینوں، ریلوں وغیرہ پر موبائل ڈسپلے (Mobile Display) جو ڈائونٹ کر دیے جاتے ہیں یا ٹین پر چپے ہوئے ہوتے ہیں۔
— یہ تمام کے تمام یاد دلانے والے اشتہارات (Recall Advertisements) کہلاتے ہیں کیونکہ تاثرین تو حرکت میں ہوتے ہیں اور شاذ و نادر ہی پیغام پڑھنے کے لیے رکستے ہیں۔ پوسٹر ناظر (Viewer) کو اس تفصیلی اشتہار کی یاد دلاتا ہے جو دیگر ذرائع ابلاغ جیسے اخبار، میگزین، ڈائریکٹ میل وغیرہ میں چھپ چکا ہو تا ہے۔ ہم اپنے مطالعہ کو کاغذ پر پہنچانے والے اشتہارات تک ہی محدود رکھیں گے۔

آؤٹ ڈور اشتہار بازی (Outdoor Publicity)

آؤٹ ڈور اشتہار بازی کے لیے دیا جانے والا پیغام مندرجہ ذیل شکلوں کا ہو سکتا ہے:

— گزری کے فریم پر تے ہوئے کپڑے پر ہاتھ سے پینٹ کیا ہوا پیغام،
— نی آن سائن (Neon Sign) کے نظر فریب سائن بورڈ جن میں مختلف رنگوں کی روشنیاں جلاکتی ہیں۔ یہ روشنیاں متحرک بھی ہو سکتی ہیں،
— کاغذ پر چپے ہوئے پوسٹر،
— شاپ سائن (Shop Signs) — پینٹ شدہ سائن بورڈ یا ٹین کی چادر پر ایمیل حروف سازی (Enamel Lettering) یا رنگین پلاسٹک

داخل طور پر معرفت یک رخی تصویر (Silhouette) کہنے والے پر فوراً اثرات مرتب کرتی ہے۔ رنگوں سے منفیت میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

(6) اگر پوسٹر کی تحریر سمجھ میں نہ آئے تو یہ لیئرنگ کی وجہ سے نہیں ہوتا۔ یہاں لیے، تکثیف شدہ یا ضرورت سے زیادہ الفاظ مطلوب نہیں ہوتے بلکہ جس منظر کی مخالفت میں الفاظ ایسے رنگ سے لکھے جائیں جو واضح طور پر نظر آجائیں۔ ایسا کیا جائے تو یہ سمجھ میں آجائیں گے اور آسانی سے پڑھ لیے جائیں گے۔

حلقہ ساز، ملاحات، استعمال

عام طور پر اشتہار ادھر دیکھ ذیل سازوں میں چھاپے جاتے ہیں:
 وڈو کارڈ (Window Card) کے لیے:

15" x 20", 380 mm x 510 mm

اسٹریٹ لائٹ کسک (Street Light Kiosks) کے لیے:

30" x 40", 760 mm x 1016 mm

اسے سٹکل شیت (Single Sheet) کہتے ہیں۔

چھوٹے خبروں کے لیے ساز: 20" x 30", 568 mm x 760 mm
 اسے نصف شیت (Half Sheet) کہتے ہیں۔

سکس شیت (Six Sheet): 6 شیتیں (Sheets) ملکہ ملکہ چھاپے جاتے ہیں اور انھیں بعد میں چسپاں کرنے والا شخص نکال کر دیتا ہے

60" x 120" or 1520 mm x 3048 mm

تو شیت (Two Sheeters) اور تری شیت (Three Sheeters) بھی مرو جاتے ہیں۔

ریلوے کسک (Railway Kiosk) کے لیے ساز:

27" x 40", 685 mm x 1016 mm

پوسٹروں کو زیادہ تر آفیسٹ پریس سے ہی چھاپا جاتا ہے اور ہمارے ملک میں سنیما انڈسٹری کے لیے یہ کام خاص طور پر کیا جاتا ہے۔ اسٹریٹ لائٹ پکے (Street Light Poles)، ریلوے اسٹیشن اور سنیما گھر کچھ ایسے نمائش (Display) مقامات ہوتے ہیں جو پوسٹروں کے معیاری ساز کے لیے موزوں رہتے ہیں۔

صارفین کے لیے اشیاء تیار کرنے والی صنعتیں، انکیشن لانے والی پارکس، فورزم انڈسٹری (Tourism Industry) اور ثقافتی تنظیمیں پوسٹروں کو کم پینڈ پر اور چھوٹے ساز میں ہی چھپواتی ہیں۔

پوسٹر ڈیزائن (Poster Design)

جہاں آؤٹ ڈور دیکھنے کے لیے آؤٹ کے تمام ضابطے عائد ہوتے ہیں پوسٹر میڈیم کے لیے خصوصی طور پر کچھ شرائط عائد ہوتی ہیں جو مندرجہ ذیل ہیں:

(1) اپنی جانب توجہ مبذول کرانے والا ہو۔ اس میں پڑھنے کے لیے جلی حرف اور تصاویر موجود ہوں۔ 80% توجہ گھیرا جاسکے۔ یہاں مفید توجہ کی کچھ زیادہ اہمیت نہیں ہے۔ سمجھاتے ہوئے رنگوں کا استعمال کیا جاسکتا ہے۔ مبالغہ کر کے مقابلہ ابتدائی اور چلوی رنگ بکھر رہے ہیں اور توجہ جذب کرانے کے مقام پر خاکستری (Greys)۔

(2) یہ اس طرح تیار کیا جائے کہ کلک دھک کم ترین وقت میں، یعنی 6 سیکنڈ سے بھی کم عرصہ میں پیغام پہنچانے کا کام انجام دے۔ سادگی اور راستی (Simplicity and Directness) کامیابی کا راز ہے۔ ایک واحد تصور کو ایک پوسٹر میں 6 الفاظ یا اس سے بھی کم الفاظ میں پیش کرنا واقعی اصل میں "تھلد" قرار دیا جاسکتا ہے۔

اس طرح بظاہر پوسٹر میں تفصیلی عبارت یا پڑی کالی (Body Copy) جیسی کوئی چیز نہیں ہوتی۔ اس میں صرف سرخی، تصاویر اور معنی خیز علامت (پروڈکٹ یا کھیتی کو گناہ پ یا ٹریڈ مارک) ہو سکتا ہے۔

(3) پوسٹر میں فوری طور پر پروڈکٹ یا خدمت خریدنے کی تحریک اجاگر کرنے کی خصوصیت موجود ہو۔

(4) یہ ناظر کو کسی اور ذرائع ابلاغ میں پیچے ہوئے تفصیلی پیغام کی یاد دہانی کراوے۔ اس لیے یہ بات اکثر دیکھنے میں آتی ہے کہ پوسٹر کی سرخی، کالی، تصاویر، رنگوں، لے آؤٹ وغیرہ کے عناصر وہی ہوتے ہیں جو دیگر ذرائع ابلاغ کے ذریعہ کی جانے والی اشتہاری مہم میں استعمال کیے جاتے ہیں۔

(5) پوسٹر، پیغام کے دعوے کی توثیق کرتا ہے بشرطیکہ اس میں استعمال کی جانے والی تصاویر الفاظ سے زیادہ یقینی ہوئی استعمال کی جائیں۔ فوٹو گرافی سے حقیقت کا اظہار بھی ہو جاتا ہے اور اس سے دعوے کی توثیق بھی ہو جاتی ہے۔

بھری طور پر اثر بنانے کے لیے تصویر میں مبالغہ پیدا کر دیا جاتا ہے۔ اشیاں شدہ آرٹ کو جلی، خورانی سمجھ میں آجائے والی، جاذب نظر اور ترغیب دینے والی ہونی چاہیے۔ تجزیہ آرٹ (Abstract Art) کوئی مد نہیں کرتی۔

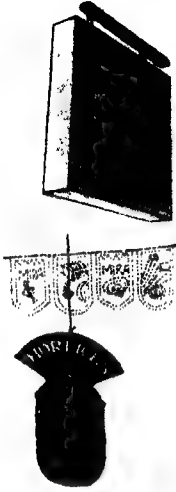
پانٹ آف پریز ڈسپلے (پی۔ او۔ پی) / پانٹ آف سل ڈسپلے

(Point of Purchase Display (P.O.P) / Point of Sale Display)



یہ نام ان نمائشوں کو دیا گیا ہے جنہیں کوئی فروخت کنندہ مارکیٹ میں منعقد کرتا ہے یعنی ایسی جگہ کہ جہاں پائس کے آس پاس چیزیں فروخت کی جارہی ہوں یا ان کی نمائش کی جارہی ہو۔ جیسے سیل کاؤنٹر (Sales Counters)، شو ویٹرو (Show Windows)، نمائشوں کے داخلہ دروازے وغیرہ۔ ان نمائشوں کے ذریعے وہ پروڈکٹ کی فراہمی کی اطلاع لوگوں تک پہنچاتا ہے۔ ان کا اصل مقصد ناظرین کو براہ راست (Brand Image) سے آگاہ کرنا اور اسے کچھ کرانہ بنانے والی تحریک (تحریک خرید) پر اسے خریدنے پر مجبور کرنا ہوتا ہے۔ پانٹ آف پریز (Point of Purchase) یا نقطہ خرید اس آخری لمحہ کہتے ہیں جب کوئی فروخت کنندہ (Seller) کسی امکانی گاہک کو پروڈکٹ خریدنے کے لیے تیار کر لیتا ہے۔ پی۔ او۔ پی ڈسپلے کو دیکھ کر خریدار کو فوراً یاد آجاتا ہے کہ اس نے اس شے کا اشتہار کسی ذریعہ ابلاغ میں دیکھا ہے۔ اس کا یقین مزید پکا ہو جاتا ہے اور وہ اس چیز کو خرید لیتا ہے۔ اس وجہ سے بہتر ہے کہ پی۔ او۔ پی ڈسپلے کی ڈیزائن کو مجموعی اشتہاری مہم سے جوڑ دیا جائے۔ اس کے لیے کچھ عناصر جیسے سرخی (Headline)، رنگ، تمثیلات، فنونِ عبارت (Typography) وغیرہ اور معنی خیز علامت (Signature) کو مشترک کرنا پڑتا ہے۔

ایک عمدہ پی۔ او۔ پی ڈسپلے جیسے کہ پوسٹر، بہت ہی مختصر سے عرصہ میں فروخت کی تجویز کو پیش کر دیتا ہے۔ تاہم آخری منٹ پر یقین دلانے کے لیے پی ڈسپلے ناظرین کو کھڑا ہونے، پیغام پڑھنے اور ذرا اور تفصیل سے واقف ہونے کی دعوت بھی دیتا ہے۔ اس طرح متعارف کرانے اور شوق پھیلانے والی سرخی کے علاوہ (ڈسپلے میں) کچھ تصاویر بھی دی ہوئی ہوتی ہیں جو تفصیل بیان کرنے اور یقین دلانے والی ہوتی ہیں۔ اس کے علاوہ پروڈکٹ علامت یا نشان (Product Signature) کی ایک مختصر سی کاپی بھی ہوتی ہے۔ جس کے لیے صاف لکھائی بہت ہی اہم ہے تاکہ پیغام بخوبی پڑھ لیا جائے۔ اس طرح تصویر میں دکھائی جانے والی شے بھی واضح اور سادہ ہو تاکہ اس کا فوری اثر مرتب ہو۔



سب سے عام پی۔ او۔ پی تو بذات خود کچھ ہی ہوتا ہے۔ اس کے بعد نمبر آتا ہے سیل کاؤنٹر ڈسپلے (Sales Counter Display)، شو کارڈ (Show Card)۔ کا۔ پی کاغذ پر چھپا ہوا ایک چھوٹا سا پوسٹر ہوتا ہے جو اسٹرابورڈ (Strawboard) پر نصب ہوتا ہے۔ اسٹرابورڈ کو اس کی پشت پر لگی ہوئی ٹیک کے سہارے مناسب طور پر بڑھائے جاسکتے والے زاویہ پر کھڑا کیا جاسکتا ہے۔ اسے دیوار پر لٹکنے کا انتظام بھی ہوتا ہے۔ لیکن رولہ گیروں کی توجہ مبذول کرانے کے لیے بے شمار قسم کے اسٹیکروں (Stickers)، معنی خیز علامت، پوسٹر، ٹرائس بیرئری (Transparencies) (یعنی چھپتے ہوئے فلمیں اور شیشے جن پر پشت سے روشنی ڈالی جاتی ہے) اور سوئٹس سے تحرک بنائے جانے والے ڈسپلے (Displays) وغیرہ کا استعمال کیا جا رہا ہے۔ آج کا پی۔ او۔ پی ڈیزائنر تصویروں، روشنی، رنگ، آواز، خوشبو، حرکت وغیرہ کو بروئے کار لاتا ہے۔ صاف ظاہر ہے کہ یہ کام ایک ایسا آرٹسٹ ہی انجام دے سکتا ہے جو گر انک ڈیزائنر سے زیادہ اہلیت رکھتا ہو۔ 'اوڈوپک سائن بورڈ' ('Odopic Signboard') اوپر لٹکا ہوا آئینہ چھپتے ہوئے خلائی پلاسٹک (Oil Painted Vacuum-formed-plastic) کا ڈسپلے ہوتا ہے جس پر انجرواں نقش پڑے ہوئے ہوتے ہیں۔

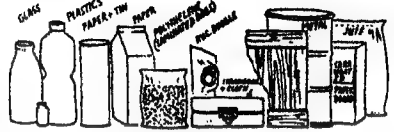
بائیں طرف پی۔ او۔ پی ڈسپلے دکھائے ہوئے ہیں۔ ان پر یا تو انجروں چرھا کر پکا دیا جاتا ہے یا گچی ہوئی ٹین کی چادر، پلاسٹک، کاغذ کیلڈ (laminated) سطحیں وغیرہ موجود ہو سکتی ہیں۔

بائیں طرف ایک گردش کرنے والا ڈسپلے دکھایا گیا ہے۔ ڈسپلے بولس بنداشیا کے لیے ہوتا ہے۔ اس میں معلوماتی کتابچوں کے لیے جیب بھی بنی ہوئی ہوتی ہے۔ ٹریول ڈسپلے (Travel Display) تین تہوں والے کارٹونوں سے بنا ہوا ہوتا ہے۔ یہ آفیس سے چھپے ہوئے گتے کے ڈبے ہوتے ہیں۔



اوپر ایک شو کارڈ (کورا) اور اس کے برابر میں وال ریک (Wall Rack) دکھائی گئی ہے جو ہارکس ہنگر (Horticke Hanger) ہے۔ اس کی پشت پر ایک اسٹریمر (Streamer) بھی لگا ہوا ہے۔ سب سے اوپر ایک ایکریٹک بکس (Acrylic Box) دکھایا گیا ہے۔ اس میں روشنی کا انتظام ہوتا ہے۔ اسے داخلی دروازوں پر ٹانگ کر رات کو ڈسپلے کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

پکیٹنگ ڈیزائن (Packaging Design)



آنے والا کاغذ کا برتن، کبھی کبھی ایسا بھی ہوتا ہے کہ پکیٹنگ شدہ سامان کی ظاہری شکل و صورت کو دلچسپ بنانی پڑتی ہے جیسا سنگار کی اشیا کی پکیٹنگ۔ اس طرح شیشے کی بوتلیں، ٹین کے ڈبے، الوٹیم کی ٹیوب، گڑی کے ڈبے اور بیٹیاں، ہر شکل و صورت کے پلاسٹک کے جیز دان، ہانس اور بید کی ٹوکریاں، گھٹے کے چھوٹے ڈبے وغیرہ پکیٹنگ میں استعمال کیے جاتے ہیں۔ اصل میں یہ کام تو مصنوعی ڈیزائنر کا ہوتا ہے مگر کاغذ اور گھٹے کے مختلف ڈیزائن کے ڈیزائنر کے کام کی ذمہ داری پر انک ڈیزائنر کو سونپ دی جاتی ہے۔ کیونکہ انھیں پرنٹ شاپ میں (بڑے پیمانے پر) تیار کر لیا جاتا ہے اور اس کے لیے دھات، پلاسٹک یا گڑی کے سامان کی تیاری کے لیے الگ سے کسی دکان و فیر کو قائم کرنے کی ضرورت ہوتی۔

ڈیزائن سے متعلق قابل لحاظ امور (Design Considerations)

پروڈکٹ کے لیے ڈیزائن کی زبردست چکمان ہونی چاہیے کیونکہ یہ خوردہ فروشی کی حلیات پر نمایاں طور پر کھڑا ہوتا ہے اور ایک خاموش مگر متحرک انکوائری میں اپنی بات سنانے والے سلازمین کا کردار ادا کرتا ہے۔ ڈیزائنر حریفوں کے ٹیکوں کو جمع کر لیتا ہے اور آزمائشی رد عمل کا مشاہدہ کرنے کے لیے ایک نقل (Mock) تیار کرتا ہے۔ ڈیزائنر کے ذہن میں مندرجہ ذیل امور موجود ہوتے ہیں:

● وضع قطع اور سائز (Shape and size): عام طور پر جو کس بنائے جاتے

مقصد (Purpose)

پکیٹنگ کا بنیادی مقصد تین وجوہات کی بنا پر دراصل چیز دان (Container) میں کرنا ہوتا ہے۔ پروڈکٹ کی حفاظت، پروڈکٹ (تیار شدہ) لانے کے جانے میں آسانی اور شے سے متعلق معلومات۔ تاہم عملاً اس کا استعمال صارف کی منظوری حاصل کرنا ہوتا ہے۔ کیونکہ پکیٹنگ کی وضع قطع سے ہی پکیٹنگ شدہ شے کی قدر و قیمت کا تصور پیدا ہوتا ہے اور اس کی تقریر میں اضافہ ہوتا ہے۔ ایک دوسرا تصور بھی کارفرما ہوتا ہے اور وہ یہ کہ شے استعمال کرنے کے بعد پکیٹنگ کو (کسی اور شے کے رکھنے کے لیے) اٹھا کر رکھ دیا جاتا ہے۔

چونکہ تیار شدہ کو خوردہ فروش الماریوں میں رکھ کر فروخت کرتا ہے اس لیے اس بات کے پیش نظر پکیٹنگ اس قسم کا ہونا چاہیے جو فروخت کنندہ اور خریدار دونوں کو اپنی جانب راغب کرنے والا ہو۔ مارکیٹ میں مقابلہ آرائی کو دھیان میں رکھ کر ہر ایک فروخت کنندہ پکیٹنگ کے ڈیزائن سے زیادہ سے زیادہ فائدہ حاصل کرنا چاہتا ہے یعنی پکیٹنگ کی وضع قطع، سائز، رنگ، گھمٹائی، کھولنے کا طریقہ، استعمال میں سہولت، لیبل کے ڈیزائن وغیرہ کی مدد سے صارف کی توجہ پکیٹنگ شدہ شے کی جانب زیادہ سے زیادہ مبذول کرنا اور اپنے حریف کو مات دینا ہوتا ہے۔

ایک خاص مدت گزرنے کے بعد پکیٹنگ میں کام آنے والی شے بہر حال بے کار ہو جاتی ہے جیسے تیار استعمال کرنے کے بعد پکیٹنگ میں کام

یہ کم از کم ایک متعلق ضرور درج کی جائے۔

(iv) استعمال سے متعلقہ دہلیات — اگر ممکن ہو تو درجنگ بھی بشرطیکہ پروڈکٹ خطرناک قسم کا ہو۔ یہ باتیں عموماً لال رنگ سے مچھائی جاتی ہیں۔

(v) صنعت کار (Manufacturer) کی پچکان — فریٹ مارک، نام، پتہ۔

(vi) کچھ چیزوں پر انھیں تیار کرنے کی تاریخ اور ان کے خراب ہو جانے کی تاریخ لکھنا بھی ضروری ہوتا ہے۔

(vii) کچھ کپیاں پروڈکٹ کی قیمت لکھ ضروری سمجھتی ہیں۔

لے آؤٹ ڈیزائن کے اصولوں کو چمکی نظریں دکھائی دے جانے والے حصوں پر نافذ کرنا چاہیے۔ ایک ہی وقت میں اس سرٹی صحت میں دو اطراف اور اوپر کی سٹو دکھائی دے سکتی ہے۔

ایک دوسری قابل لحاظ چیز فریب نظر (Optical Illusion) ہے۔ صحیح سمتوں میں خطوط ہا کر ڈاے کے خلاف سے عمودی یا افقی زور پیدا کیا جاسکتا ہے۔

کچھ صنعت کار ایسا بھی سوچتے ہیں کہ تیار شدہ چیزوں کے پورے سلسلے کے ڈیزائن میں کچھ باتیں مشترک ضرور ہونی چاہئیں اور یہ کہ انظر ابوی ٹیکوں کی علیحدہ علیحدہ پچکان ہونی چاہیے۔ جہاں تک مارکیٹنگ کا تعلق ہے تو دونوں کی ہی اپنی اپنی فرمایاں بھی ہیں اور خامیاں بھی۔ تاہم ڈیزائن کو منصوبہ کی جانب سے ہوشیار رہنا چاہیے تاکہ اگر ضروری ہو تو وضع قطع سے متعلق تبدیلیوں سے نمٹ سکے۔

● رنگ: ہمیں پر رنگے پینٹنگ کو جلاب نظر بنانے یعنی فیلٹ اپٹل کے لیے رنگ کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ ہلکے رنگ (Bright Colour) اپنی جانب زیادہ توجہ مبذول کرتے ہیں۔ زیادہ تر دم و قطن کلر (Soft Pastel Colour) ایسے ہوتے ہیں جو صوفیانہ اور پراثر ہوتے ہیں۔ کچھ رنگ غور توں پر، تو کچھ مردوں پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ اس لیے رنگوں کا انتخاب کرنے سے قبل اس پر غور کر لیا جائے کہ اس شے کو کون استعمال کرے گا۔ زیادہ تر مستورات ہی خریداریاں کرتی ہیں اس لیے ان کی پسند کے رنگ کو فیتھ دی جانی چاہیے۔ کچھ رنگ ایسے ہوتے ہیں کہ اندرون روشنی (Indoor Light) میں بھی دھندلا جاتے ہیں جبکہ چند ایک اس وقت دھندلا جاتے ہیں جب پینٹنگ کو کھڑکیوں میں

ہیں ان میں متشکل نمائشی اور عمودی دھجرائیں ہوتی ہیں۔ سب سے اوپر کی طرف، عموماً ڈھکن ہوتا ہے۔ یہ سب سے آسانی سے تیار ہو جاتے ہیں اور سب سے مضبوط بھی رہتے ہیں اور بڑے کارٹونوں میں اس خوبی سے سہا جاتے ہیں کہ ان میں (کارٹونوں میں) ڈزرا ای بھی جگہ سہ کار نہیں جانی اور بڑی تعداد میں انھیں دھجرا سے اوپر لے جایا بھی جاسکتا ہے۔

گول پینڈے والے چیز دانوں میں مسلسل قسم کا گول عمودی متشکل ہوتا ہے اور انھیں تیار کرنے کے لیے خصوصی میوٹیکرنگ ٹیکنیکوں کا استعمال کرنا ہوتا ہے، ہشت پہلو اور شش پہلو (Octagonal اور Hexagonal) ٹیکنیک بھی بازار میں دکھائی دے جاتے ہیں مگر شہد ہور۔

بکس (ڈبہ) کی وضع قطع اور سائز اس قسم کا ہو کہ اس میں پروڈکٹ بخوبی سہا جائے۔ اگر ضروری ہو تو ڈبہ میں رکبے سے قبل پروڈکٹ کو کسی مناسب چیز سے تیار کردہ چیز دان میں صحیح متعلق لڑ بچر رکھا جائے۔ ڈھکن کھولنے اور بند کرنے کا کام سیدھا سادا ہو (جسیدہ ہو)۔

پہلے وہ اونچائی اور تلی کے سائز پر مبنی ہونے کا تحت یا میٹھ (Temple) تراشتا ہے اور اسے ڈیزائن کاری میں آسانی کے پیش نظر چننا رہنے دیتا ہے۔

● لے آؤٹ (Layout): ڈیزائن کی نگارگی سے متعلق سب سے اہم بات یہ ہے کہ اس میں جلابی قدر (Attraction Value) موجود ہونی ہی چاہیے۔ اس کے علاوہ اس پر ایک نگہ ڈالنے ہی پتہ چل جائے کہ اس میں کیا چیز بیک کی گئی ہے (اگر ممکن ہو تو اس چیز کے فائدے بھی معلوم ہو جانے چاہئیں)۔ چاہے یہ کچھ ہمیں پر آکھوں کی سطح پر، آکھوں کی سطح سے اوپر یا پھر کبھی کی اونچائی پر رکھا ہو۔

ڈبہ پر عام طور پر جو اطلاعات فراہم کرانی جاتی ہیں وہ یہ ہیں:

(i) پروڈکٹ کا برائڈ نیم (Brand Name) — اسے، ترجیحاً تمام سطحوں پر سب سے اونچا لکھنا چاہیے۔

(ii) تصویریں — اس میں پروڈکٹ اور اس سے متعلق یہ دکھایا جاسکتا ہے کہ وہ کیسے استعمال کیا جاتا ہے اور اس کے استعمال کرنے سے کیا کیا فائدے حاصل ہوتے ہیں۔

(iii) اجزاء ترکیبی، مقدار، کوآئی، فوائد وغیرہ سے متعلق تفصیل معلومات۔

مندرجہ ذیل حالات میں تبدیلی ضروری ہو جاتی ہے۔ اس کا تعلق بہر حال فروخت میں اضافہ سے ہوتا ہے۔

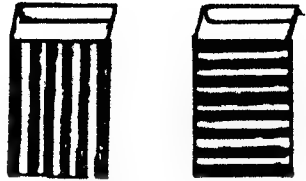
- جب کہ حریفوں کی پیکنگ کے ڈیزائن بہتر ہو گئے ہوں۔
- موجودہ ڈیزائن پرانا ہو گیا ہو۔
- مال اور ڈیزائن میں تکنیکی ترقی کے سبب جمالیاتی اور معاشی طور پر بہتری لانے کے امکانات بڑھ گئے ہوں۔
- کبھی کسی دوسری کبھی میں ضم ہو گئی ہو یا دیگر لوگوں کے ہاتھوں میں پہنچی گئی ہو۔ نئے مختصمیں یہ سوچے ہوں کہ پیکنگ کے ڈیزائن کی تبدیلی سے ان کی شیعہ سدھر جائے گی، یا موجودہ بازار کو ہاتھ سے نہ جانے دینے اور خوردہ فروشوں، گاہکوں کو مال خریدنے پر تیار کرنے میں ہونے والی پریشانی کم کرنے کے مد نظر یہ سوچ کر تبدیلی لانا چاہیے کہ نئی وضع قطع میں کچھ پرانی پیمان (رنگ، طاعت یا کچھ بنیادی نقوش یا پرانی پیکنگ سے مشابہت) بھی برقرار رہے گی اور گاہکوں کو بھی زیادہ راضی کیا جاسکے گا۔ کیونکہ شکل و صورت اور نام میں بہت زیادہ تبدیلی لانے اور پھر اسے مقبول کرنے پر بھاری اخراجات برداشت کرنے پڑیں گے۔

لیبل (Label)

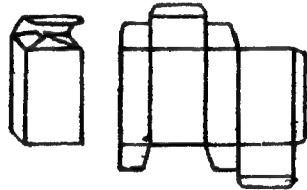
لیبل کا خاص کام پروڈکٹ سے متعلق معلومات پہنچانا ہوتا ہے اور یہ چیز (معلومات) پیکنگ کا ایک ضروری حصہ ہوتی ہے۔ اس کام کو انجام دینے کے لیے ٹیگ (Tag) یا سٹیکر (Sticker) کا بھی استعمال کیا جاسکتا ہے۔ یا پھر یہ معلومات بذات خود چیز دان پر بھی کندہ ہو سکتی ہے۔ مگر کلا محال طور پر ایسا ہوتا ہے کہ صارفین اور محکمہ گاہک جب اس کا قریب سے معائنہ کرتے ہیں تو یہ چیز معیوبیت میں اضافہ کا سبب بن جاتی ہے۔ ڈیزائن اس بات سے آگاہ ہوتا ہے اور وہ اسے خریدنے کی خواہش کو اجاگر کرنے والا اثر پیدا کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ ذیل میں زیادہ تر لیبلوں سے متعلق مخصوص معلومات کا ذکر کیا گیا ہے:

(i) پروڈکٹ کا برانڈ نام (Brand Name of the Product)۔

(ii) تکنیکی تفصیل — اجزاء کی ترکیب، ترکیب،



اور دوائیں طرف دکھانے کے لیے کے مقابلہ دوائیں طرف دکھاوا ڈپ نہایت لمبا نظر آتا ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ عمودی اور افقی خطوط کے باعث قریب نظر پیدا ہو گیا ہے۔



اور D-3 ڈپ پہنے میلمیل سے تیار کیا گیا ہے (نئے ہاکس بورڈ پر چھاپنے کے بعد قریب کر دیا گیا ہے اور اسے ڈپ کے قریب ہی دکھایا گیا ہے)۔ کچھ میں کام آنے والے مختلف قسم کے سامان کی تعداد میں ہمیشہ ہی اضافہ ہوتا رہتا ہے۔

کچھ ڈیزائن میں (ہونے والی) تبدیلی

(Change in Package Design)

کچھ ڈیزائن وقتاً فوقتاً تبدیل ہو جانے والی چیز نہیں ہوتی لیکن

ہنے گی۔ لیکن ان کا ذخیرہ کرتے وقت ہوشیاری برتنے کی ضرورت ہوتی ہے کیونکہ زیادہ نمی سے لیبل خراب بھی ہو سکتے ہیں۔ کوالٹی پر تکیہ ہونے کے مطلوبہ نشانات پیدا کرنے کے لیے پیرگلس انک (SuperglossInks)، فوکل اسٹامپنگ (Foil Stampings)، بلائیٹنگ (Blind Embossing)، ڈائی کٹنگ (Dye Cutting)، خصوصی چمک دہندہ برائت شدہ کاغذوں (Textured Papers) پر ایمرواں چھپائی کرنا ایک عام بات ہے۔ یہ فٹنگ مشین پر داب کم کرنے کے لیے لیبلوں کو ایک ہی صفحہ پر بہت سی تعداد میں چھاپا جاتا ہے۔ اس کے لیے یا تو آرٹ ورک (Art Works) ہی کی کمی یا دہرایا جاتا ہے (یہ ترکیب عام طور پر لائن آرٹ کے لیے بروئے کار لائی جاتی ہے) یا پھر ایک لیبل کے ماسٹر آرٹ ورک (جس میں کثیر رنگ آرٹ موجود ہو) کو اس حیرت دہرایا جاتا ہے جس میں تہہ رنگوں کی علیحدگی کے لیے اسٹیپ اینڈ ریپیٹ مشین (Step and Repeat Machine) استعمال کرنے کے لیے کام میں آنے والے فرمے (Forme) درکار ہوں۔ پر فٹنگ پروسس کا دارومدار مطلوبہ پر فٹنگ کی مقدار اور مائیت (Quantity and Quality) پر ہوتا ہے۔ لیبل ایسے کاغذ پر بھی چھاپے جاتے ہیں جن پر:

(a) حر موپلاسٹ ایلی میز (Thermoplast Adhesives) چڑھے ہوں۔ صرف پشت پر سے ایک تہہ گرم کر دینے پر پچھلے دلی شے (Adhesives) سٹل سے چمک جاتی ہو۔

(b) داب حساس ایلی میز (Pressure Sensitive Adhesives) بھی موجود ہوتے ہیں۔ جب لیبل چسپاں کرنا ہوتا ہے تو حقائق لیپینٹ (Protective Laminates) اتار دیا جاتا ہے۔ لیبلوں میں تبدیلی لانا خطرناک ہوتا ہے کیونکہ صدیقہ میں اس قسم کی تبدیلیوں سے تاخیر گواہی پیدا ہو جاتی ہے۔ اگر ضروری ہو جائے تو یہ کام درمہائی سطحوں کے ذریعہ انجام دیا جائے اور ایک دم یا شدید قسم کی تبدیلیاں کرنے سے احتیاط کیا جائے۔

(iii) مقدار۔ وزن کے حساب سے، حجم کے حساب سے یا تعداد کے حساب سے۔

(iv) معنی خیز نشان یا علامت (Signature or Logo)۔ فروخت کرنے والے کا نمبر یا نام نمبر یا مارک اور پتہ۔

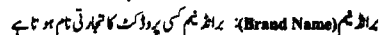
(v) دوا ساز سے متعلق (Pharmaceutical) لیبلوں پر اکثر یہ بھی درج ہوتا ہے۔ علامات برائے استعمال، ہدایات برائے استعمال، خوراک اور فائدے۔ دوا استعمال کرنے والے یہ باتیں جانتا چاہتے ہیں۔

(vi) اگر کچھ اشیاء ہر ملی ہوں یا اس کے استعمال سے بعد میں کچھ خطرناک اثرات مرتب ہو سکتے ہوں تو قانون کی رو سے وارننگ درج کرنا بھی ضروری ہے۔

(vii) اگر پیکنگ میں خوردنی اشیاء یا مشروبات ہوں تو لیبل پر انھیں محفوظ رکھنے میں کام آنے والی اشیاء (Preservatives) اور خوشبو پیچہ اکر نے دلی اشیاء کا نام لکھنا بھی ضروری ہوتا ہے۔

چھوٹے لیبلوں کے لیے لیبل (Label) چھوٹے سائز کا ایک گرافک ڈیزائن ہوتا ہے۔ ٹائپ چھوٹی ہوتی ہے۔ ایسی مین ٹائپ سسٹمز (Sans - serifs) کہ جن کے ٹیس کیلے (Open Faces) ہوں اور جو آسانی سے پڑے اور دکھائی دے سکیں۔ چھوٹی سی جگہ میں سمجھنے دینے والے ہوں اور جس میں تصاویر اور خطیات چھوٹے سائز کی ہوں۔ سرفیس (Surfaces) کے گرد لیبل کے مرئی حصہ (Visible Part) سے حد بندی کر دی جاتی ہے۔ اس قسم کے رنگ استعمال کیے جاتے ہیں جن سے معلومات میں کنٹراسٹ (Contrast) بھی پیدا ہو جائے اور توجہ اور اثر بھی۔

زیادہ تر لیبل کر دمو بھیجہ (Chromo Paper) پر چھاپے جاتے ہیں، کوٹڈ سائڈ (Coated Side) ہالٹ نوں میں بھی پرنٹ ہوگی اور غیر کوٹڈ (Uncoated) سائڈ پر ایلی میز (Adhesive) لگایا جائے گا۔ پہلے سے ہی گوند لگے لیبلوں کے استعمال سے لیبل چسپاں کرنے کے میکانیکی پروسس کی کارکردگی بڑھ جائے گی (چسپاں کرنے کے لیے صرف پانی کی ضرورت



پہچان کے لیے اس علامت کو استعمال کرتی ہے۔

ٹریڈ کیئرکٹر (Trade Characters): یہ جانوروں، انسانوں، پرندوں اور دیگر جانداروں کی شکل والی ایسی علامتیں ہوتی ہیں جو کبھی یا پروڈکٹ سے منسلک کی جاتی ہیں۔ جیسے ایئر لائنز کے لیے مہاراجہ (علامت)۔ یہ پلاؤداشت پر بھر طور پر اثر انداز ہوتی ہیں اور اس طرح مشہر کے لیے ایک طرح کے ڈھنڈور بھی کا سا کردار ادا کرتی ہیں۔

واٹر مارک (Water Mark): یہ ایسا نشان ہوتا ہے جسے کاغذ کے صنعت کار اپنے تیار مال کی پہچان کرنے کے لیے استعمال کرتے ہیں۔

تصدیق اسرٹیفیکیشن مارک (Certification Mark): تصدیق اسرٹیفیکیشن (Approval Seal) دہلی ترکیب کسی تنظیم کے ذریعہ استعمال کی جاتی ہے۔ اس سے پروڈکٹ کی پسندیدگی کا اظہار ہوتا ہے جیسے آگ مارک (Agmark)، ISI مارک وغیرہ۔

کوٹ آف آرمز (Coat of Arms): اس کا تعلق راجاؤں، مہاراجاؤں کے زمانہ سے تھا۔ اس سے شان و شوکت اور اقتدار کا اظہار ہوتا ہے۔ یہ ان کے گھرانے اور شاہی سلسلے کی علامت ہوتی تھی۔

ٹریڈ مارک کے فائدے

(Advantages of a Trade Mark)

ذکرہ بالا نشانات، اطلاعات کے استعمال سے مندرجہ ذیل فائدے ہوتے ہیں:

- (1) اس سے یہ پتہ چلتا ہے کہ تیار شدہ اشیاء واقعی اسی اصل گھرانے سے تعلق رکھتی ہیں جس کی علامت ان پر ثبت ہے۔
- (2) خریدنے والے کو یہ یقین دہانی ہو جاتی ہے کہ پروڈکٹ اور اس کی کوٹنگ میں ہم آہنگی ہوگی۔
- (3) ٹریڈ مارک سے مالک کا ایڈورٹائزمنٹ ہوتا ہے اور خریدنے والا اس سے کوئی بھی منسلک سمجھتا ہے۔

ہم ٹریڈ مارک کا مطالعہ کریں گے جو کم و بیش تمام دیگر علامات کے مطالعہ کی بنیاد قرار دیا جاسکے۔ بنیادی طور پر ٹریڈ مارک ایک پہچان کی نشانی ہوتا ہے اور کبھی کے ہاؤس پروگرام (House Programme) میں ایک

بہت اہم مقام حاصل ہوتا ہے۔

اس کے لیے ایک خاص نام رہنا چاہیے۔ مگر کون سا نام؟ ذیل میں چند سوالات سے اس کا جواب مل جائے گا:

— یہ (نام) کسباؤ یا پھر کتا؟

— کیا اس نے اپنی انفرادیت حاصل کرنی ہے یا دیگر پروڈکٹ یا کبھی کی یاد دلانا ہے؟

— اس نام کا تلفظ آسان ہے یا مشکل؟

— حماقت کے بعد یہ کیسا نظر آتا ہے؟

— کیا اس کا کردار انفرادی ہے؟

— کیا سیاری ٹائپ فیس سے کام چل جائے گا یا اس کے لیے خصوصی لٹراسٹائل یا لوگو ٹائپ کی ضرورت درپیش آئے گی؟

— کیا لوگو ٹائپ میں کافی وزن (دواؤ) موجود ہے یا کیا اسے تصویر مرکزی خیال (Pictorial Motif) کی شراکت داری درکار ہوگی؟

— کیا تصویر مرکزی خیال ٹائپ گرائی سے ہم آہنگ ہو جاتا ہے؟

ذکرہ بالا بحث و مباحث کا نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ یا تو لوگو ٹائپ یا علامت یا دونوں کا مجموعہ مطلوب ہو تا ہے۔ علامات (Symbols) الفاظ سے زیادہ یقینی ہیں، لفظ تعبیر (Misinterpretation) کی طرف کمائل اور صحیح ہوتی ہیں۔

محدہ ٹریڈ مارک ڈیزائن کی خصوصیات

(Qualities of a Good Trade Mark Design)

- (1) اس سلسلہ میں سب سے اہم نکتہ جو ذہن نشین رکھنا چاہیے وہ یہ ہے کہ ڈیزائن پر جب بھی نگاہ پڑے تب ہی کبھی یا پروڈکٹ کی شبیہ نظروں کے سامنے آجائے۔ یہ ایسا ہو کہ حوام اس سے آگاہ جاسیں۔ ڈیزائن کی تبدیلی کے لیے اس کو فروغ دینے والی کوششیں کرنی پڑتی ہیں اور اس کے لیے بہت زیادہ رقم (خرچہ کرنے) کی ضرورت ہوتی ہے۔
- (2) اس سے نہایت قوی انفرادی پہچان اجاگر ہونی چاہیے تاکہ ناظرین کے ذہنوں میں کسی قسم کی غلط فہمی پیدا نہ ہونے پائے۔

(Old Time Motif) کی بنیاد تقویت کا باعث (بگنی) ہے۔

- رنگ: ڈیزائن میں جن جن رنگوں کی تعداد بڑھتی جاتی ہے ویسے ویسے طہاعت پر آنے والی لاکھت میں اضافہ ہوتا ہے۔ ایک رنگ والے ڈیزائن مثلاً ہوتے ہیں، یعنی طہاعت کرانے پر سب سے سستے اور عموماً زیادہ شیخ (Punch) والے ہوتے ہیں۔ اکثر کوئی کھیتی ایک سے زیادہ رنگوں والے فریڈ مارک کے علاوہ خط و کتابت میں ایک رنگ فریڈ مارک استعمال کرتی ہے۔

- لفظ اور علامت (Word and Symbol) کی ملی جلی شکل زیادہ متاثر کن ہوتی ہے کیونکہ دیکھنے والے کو زیادہ مکمل تصور کا احساس ہوتا ہے۔ لیکن جگہ کی کمی کے باعث صرف مرئی علامت (Visual Device) استعمال کیا جاسکتا ہے۔

- یہ ایک ایسی امر مری آلہ ہے جسے کھیتی مراٹے میں استعمال کیا جاتا ہے اس لیے ڈیزائنر اور گاہک کے درمیان فریڈ مارک سے متعلق سوچ بچار کرنے میں (اکثر) کمی کی گاہک جانتے ہیں اور پھر کہیں جاکر اس ضمن میں فیصلہ ہوتا ہے۔ دسیوں اسکیچز (Sketches) کھینچے جاتے ہیں۔ پہلی طہاعت میں صرف اجزائے تراکیبی (Compositions) پر اتفاق ہوتا ہے۔ پھر الفاظ اور علامت میں تبدیلیاں کی جاتی ہیں۔ اس ضمن میں سادگی، سچان اور کیریکٹر کو نمایاں حد و خال (Salient Features) قرار دیا جاسکتا ہے۔ آخری پسند کو نہایت احتیاط سے تیار کیا جاتا ہے۔ اس کے بعد ردی پر دو لکھن میں وضاحت اور دیکھنے پر خوشنما لکھنے والے فریڈ مارک کے لیے اس کے چھوٹے بڑے سائز کو چیک کرتا ہوتا ہے۔ اس طرح چھان بین کے دوران کچھ تبدیلیاں اور تغیرات کیے جاسکتے ہیں، اس کے بعد مرقع نگار کے پس منظر میں ماسٹر ڈیزائن تیار کیا جاتا ہے تاکہ ڈیزائن کے مختلف اجزائے ترکیبی میں نسبتوں کا پتہ چل جائے۔ پھر اس کی ایک کاپی بلور نقل (Copy) کھیتی کے مشترک پہچان پر درگرم (Corporate Identity Programme) کے طور پر طبع کرائی جاتی ہے۔

(3) کھیتی کی خواہش یہ ہوتی ہے کہ شہرت اور بڑی خیالات پیدا کیے جائیں۔ اس فریڈ مارک ڈیزائن سے یہ کام ہو جاتا ہے اور اسے یاد رکھنا بھی آسان ہے۔

(4) فریڈ مارک ڈیزائن، مگر ہر ایک بصری ذرائع ابلاغ میں موجود پیغام سے شگلوں رہتا ہے۔ اس کے علاوہ ٹیکسٹ، لیبل (Labels)، بذات خود پروڈکٹ پر، فرکوں اور بلڈ گولڈ وغیرہ پر بھی دکھائی دے جاتا ہے۔ اسے ان اندر اجہات (Items) کی تیاری میں طوٹ قواعد کی جمالیات سے میل بھی کھانا چاہیے۔ اس میں پرنٹ ہونے، کندہ ہونے یا مینوفیکچر (Manufacture) ہونے کی اہلیت ہونی چاہیے۔

- (5) یہ بہت چھوٹے سائز میں بھی ظاہر کیا جاسکتا ہے اور بہت بڑے سائز میں بھی۔ اسے چارے سلسلہ (Range) میں مرعوب کن دکھائی دینا چاہیے اور جب اسے چھوٹا کیا جائے تو اس کا کوئی حصہ بھی گم نہ ہونا چاہیے اور جب اسے چھپایا جائے تو اس کے صفحے (Counters) بھر جانے چاہئیں۔
- (6) ڈیزائن کو کھیتی کے معنی خیر نشان (دھلا) کی طرح کام کرتا ہے۔ ڈیزائن سے کوئی، خدمت، اختلا کے قصورات داہتہ ہوتے ہیں۔ ڈیزائن کو اس قسم کی خصوصیات کا محاسن ہونا چاہیے جیسے معقول اور خوش نمایاں چھوٹے چھوٹے اور بڑے کے خطوط و نشان سے پاک ہو۔
- (7) اس میں وسیع اور سلیس توضیح کی اہلیت موجود ہونی چاہیے۔

ڈیزائن کا رندرنگ (Rendering the Design)

- کم از کم نام کی چالچ کرئی جائے کہیں ایسا تو نہیں کہ یہ نام کسی اور نے بھی اس سے قبل رجسٹر کر دیا ہو۔ محفوظ طریقہ یہ ہے کہ فریڈ مارک ایسے سائز میں تیار کیا جائے جس میں وہ زیادہ سے زیادہ مزید لوگوں کے سامنے آتا ہو۔ اس لیے مناسب موٹائی کے ہیکر لائن اسٹروکس (Hairline Strokes) سے کام لیتا چاہیے اور اس کے لیے کافی ممانعت والے نگیٹو اسپیس (Negative Spaces) مہیا کرائے جاتے ہیں۔
- (8) بہتر یہ ہے کہ مشلوں، دائروں، مربوں والی وضع قطع کے فارمولوں سے اجتناب کیا جائے۔ غیر معمولی شکل کا اثر زیادہ ہوتا ہے اور اسے یاد رکھنا بھی آسان ہوتا ہے۔ کچھ معاملات میں پرانے دھا

ٹریڈ مارک کے ڈیزائن میں تبدیلی (کرنے)

رجسٹریشن (Registration)

(Change in the Design of a Trade Mark)

یہ کام صرف اور صرف اس وقت کیا جاتا ہے جب کبھی کامیجنت اسے مطلق طور پر ضروری سمجھے۔ جیسا کہ پہلے بتایا جا چکا ہے کہ یہ ایک جھگڑا معاملہ ہوتا ہے۔ یہ کام بہت تدریجی انداز میں اس طرح انجام دینا چاہیے کہ عوام بمشکل قیام ہی اس سے واقف نہ ہو پائیں۔ لہذا اگر بہت جلد تبدیلی کر دی جائے تو غیر یقینی حالات پیدا ہو جاتے ہیں جس سے لوگوں کا اعتماد اٹھ سکتا ہے۔ اس ہے انجمنی کو دور کرنے کے لیے نئے سرے سے خدمت انجام دینے کے لیے کام کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔



ایئر ایڈاپٹا کا مہاراج



ایئرین چنٹ کا کوٹ

(1) دو مشہور تجارتی کیریئرس

(2) خصوصی نمائشوں، چین الا قوای موقعوں یا ساگر ہوں کے نشانوں (Emblems) کی تخلیق کے لیے ڈیزائن کے عناصر درکار ہوتے ہیں۔ بسے ہی یہ نشانیاں عقلیت کے لیے ہی استعمال میں کیوں نہ آتی ہوں۔

ریکارڈ کور (جیکٹس) (Record Covers (Jackets))

ریکارڈ جیکٹ کا خاص مقصد حفاظت ہوتا ہے کیونکہ گراموفون ریکارڈ پر تھاک جھریاں یا تالیاں (Grooves) بنی ہوتی ہیں۔ اگر ریکارڈ کسی نوک دار یا تیز دھار والی شے سے ٹکرا جائے یا پھر ایک ریکارڈ کسی دوسرے ریکارڈ سے مسلسل ٹکراتا رہے تو بھی یہ تالیاں چلہ ہو سکتی ہیں۔ اس کو رکے دونوں جانب مرلحہ پر ریکارڈ کی تفصیل لکھی جاتی ہے۔ کیونکہ ریکارڈ کی دکان (Record Shop) پر مرلحہ توجہ (Visual Attention) سبڈول ہونے کے امکانات ہوتے ہیں — چاہے یہ ریکارڈ الماریوں میں رکھے ہوں یا کھڑکیوں میں — اس لیے ڈیزائن کا مقصد ریکارڈ کی فروخت کے لیے مرلحہ پر توجہ (Visual Persuasion) ہوتا ہے۔ نہ صرف کوڑی خوبصورتی کے باعث ریکارڈ خرید لیا جاتا ہے بلکہ اس سے خوش گوار سوز پیدا ہونے کے امکانات بھی بڑھ جاتے ہیں اور قاری خوش غرضی گانے والوں، موسیقار اور سازندوں کے بارے میں پوچھا جاتا ہے۔

سائز (Size): جس سائز میں ریکارڈ تیار کیے جاتے ہیں انھیں مناسبت سے ریکارڈ جیکٹوں کے بھی دو مقبول سائز ہوتے ہیں:

(i) لمبے لمبے ایچ ریکارڈ (Long Playing Records) کے لیے

(ii) 318 mm x 311 mm (12 1/2" x 12 1/4") (LP کے لیے)

(iii) 184 mm x 184 mm (7 1/4" x 7 1/4") (EP کے لیے)

ٹریڈ مارک کا مالک اسے کاپی رائٹ بورڈ، محکمہ تعلیم (Department of Education)، نئی دہلی، میں رجسٹر کر سکتا ہے۔ ان کی منظوری کا مطلب ہے کہ آئندہ اس ٹریڈ مارک کو قانونی طور پر کسی دوسرے شخص کو استعمال کرنے کی اجازت نہیں دی جائے گی اور اگر کوئی شخص ایسا کرتا ہے تو اس ٹریڈ مارک کے مالک کی خواہش پر اس شخص کو قانونی طور پر سزا دی جاسکتی ہے۔ اگر R پر ایک دائرہ لکھ کر ® بنادیا جائے تو اس کا مطلب ہے کہ ٹریڈ مارک رجسٹر کر لیا گیا ہے۔

کھٹا کامیاب (How Successful)

کسی ٹریڈ مارک کی کامیابی کا دار و مدار اس بات پر ہوتا ہے کہ اسے کس قدر استعمال کیا جاتا ہے اور یہ کبھی کوئی ایسی پروڈکٹ تیار کر کے اس ٹریڈ مارک کی شہرت کو کیسے چار چاند لگاتی ہے، معقول قیمت پالیسی کیسے (Reasonable Pricing Policy) اختیار کرتی اور اثر آفریں خدمت (Efficient Service) وغیرہ کس طرح سہجہ کرتی ہے؟

کاغذ نظر آتے ہیں۔ کثیر رنگی حرامت کے لیے کوئڈ اسٹاک (Quated Stocks) اور کافی پینے کو بچہ جو لیلر پریس کے ذریعہ ہاف نون پر جنگ بخوبی قبول کر لیتے ہیں۔

ہاتھ سے تیار شدہ کاغذ دیکھنے میں بہتر ہوتے ہیں مگر مہیا ہونے کے سبب اعلیٰ استعمال نہیں کیا جاتا۔

سرٹیفکیٹ (Certificate)

سرٹیفکیٹ ایک ایسا تحریری بیان (دستاویز) ہے جسے کسی حیثیت، اہلیت، مراعات، وغیرہ کی صداقت کا ثبوت یا سند قرار دیا جاسکتا ہے۔ اس قسم کے دستاویز کی داخلی اہمیت ٹھکانہ (Authorative)، معتبر (Authentic)، اور باوقار (Dignified) بھی خوبوں سے سرفراز کرتا ہے۔ اسے جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کی پہچان کا حامل ہونا چاہیے۔ مزید یہ کہ زمانہ کی تباہی و بربادی سے محفوظ رکھنے کے لیے اسے بہترین رنگ کیٹھ کاغذ (Rag Content Paper) پر طبع کر لیا جاتا ہے۔

تھم کو رو دو قاریہ کرنے والے ڈیزائن کے لیے ٹائپو گرافی اور پینڈ لیٹرنگ (Hand Lettering)، رنگوں کے استعمال میں پابندیوں، اور جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کی پہچان (Emblem) سے کام لیا جاتا ہے۔ مناسب انداز میں ہارڈر بنانے سے خوبصورتی میں اضافہ ہوتا ہے تاہم چاروں طرف مناسب چھڑائی والا سلیڈ حاشیہ ضرور چھوڑ دینا چاہیے کیونکہ حاصل کرنے والے لوگ اکثر اسے فریم کرانے کے بعد اپنے آئس یا گھر میں ٹانگ لیتے ہیں، ماسٹر ہیڈ کے علاوہ وصول کنندہ کے نام کے لیے کافی جگہ چھوڑنی چاہیے اور جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کے دستخط اور مہر دونوں نمایاں طور پر نظر آنے چاہئیں۔ سائز اپنی پسند سے مقرر کیا جاسکتا ہے۔

انڈیائی ترکیبی (ڈیزائن کے عناصر) (Composition Elements of Design): ریکارڈنگ یا تو کلاسیک میزک پر مبنی ہوتی ہے یا پھر اس میں 2 1/2 صنف کے گانے، سائز یا کچھ بچے میزک موجود ہوتے ہیں۔ کبھی کبھی اس میں کوئی اہم تقریر یا ڈرامہ بھی ریکارڈ ہوتا ہے۔ سامنے کی طرف عام طور پر موضوع کا عنوان (Title of the Theme) کا پیش کرنے والے کا نام لکھا ہوا ہوتا ہے۔ میزک کے موضوع پیش کرنے والے شخص کی ذرا لائی تصویر مختلف رنگوں سے دکھائی جاتی ہے جس سے اس کے مختلف حراہوں (Moods) کی عکاسی ہوتی ہے۔ کبھی کارٹون یا ایک عموماً ایک کونے میں بنا ہوتا ہے۔ الٹی جانب (Backside) پچھلے پر میزک کے موضوع (Subject) کا تعارف موجود ہوتا ہے، اس کے علاوہ مصنف یا شاعر کا نام، گانوں کے عنوانات، ساتھ دینے والوں کے نام اور ریکارڈ کبھی کارٹون یا ایک عموماً ایک کونے میں بنا ہوتا ہے۔

ڈیزائن: ریکارڈنگ کیٹھ کی ڈیزائن کاری کا حقیقی پہلو اس بات پر زور دیتا ہے کہ اس پر طبع ہونے والی تصاویر میزک کے ماحول کے مناسب ہوں یعنی جلد نظر ڈرانی، سننے کو رو دو ریکارڈ حاصل کرنے کی خواہش پیدا کرنے والی ہوں۔ یہ بات ان فٹیل نگاروں کے لیے ایک چیلنج ہے جو مختلف وسیلوں، ٹھیکوں اور اسٹائلوں کو بروئے کار کر اس قسم کے ریکارڈنگ کیٹھ بناتے ہیں۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ اپنی بات پر اثر بنانے کے لیے مہیا کیے جانے والے فوٹو گرافس اور کراپنگ (Cropping) کو استعمال کرنے کے علاوہ اور کوئی چارہ نظر نہیں آتا، محتوات کی حروف سازی (Lettering) سے ساوگی، اسٹائل اور سادہات میں کافی امکانات روشن ہوتے ہیں، ڈیزائن کی اثر اندازی کا زیادہ تر حصار کاغذ کی کوآلیٹی پر ہوتا ہے۔ ہر کیٹھ میں محتاتہ آرائشی کی وجہ سے زیادہ تر دو طرح کے

کتاب کا ڈیزائن (Book Design)

مصنف اقتدار سے ذیل میں اس طرح جان کیا جاسکتا ہے:

(i) **ہال ٹائٹل (Half Title):** صرف کتاب کے ٹائٹل کے لیے 12 پانٹ یا 14 پانٹ کی ٹائپ۔ صفا اچھی راست (Recto) ہوتا ہے۔

(ii) **فرہش جلی (Frontispiece):** کسی آرٹ بک میں اینڈنگ آرٹ پلیٹ (Leading Art Plate) کو اس صفحہ پر چھلپا جاتا ہے (Tipp) کر لایا جاتا ہے تاکہ یہ سامنے کے ٹائٹل کے صفحہ کے لیے سہولت پیدا کر لیں بن جائے۔

(iii) **ٹائٹل کا صفحہ (Title Page):** اس صفحہ پر مصنف کا نام، پبلشر کا نام اور نشان (Emblem)، کبھی کبھی تصاویر یا خطبات اور آرٹسٹ کا نام بھی لکھا جاتا ہے۔

(iv) **ایمپرنٹ پیج (Imprint Page):** طابع اور ناشر (Printer and Publisher) کا تعارف (قانون کے مطابق ضروری)، طبع کا سال، کاپی رائٹ کا اعلان (Declaration of Copyright)، ایڈیشن یا دوبارہ اشاعت کرنے پر کاپیوں کی تعداد، سال وغیرہ درج ہوتا ہے۔

(v) **صفحہ انساب (Page for Dedication):** مصنف کو اپنے احساسات کی عکاسی کا حق حاصل ہے اور وہ اس صفحہ پر انساب تحریر کر سکتا ہے۔ ضروری نہیں کہ ہر کتاب میں یہ صفحہ موجود ہو۔

(vi) **گورا صفحہ (Blank Page):** کتاب کا بائیں طرف والا صفحہ ہونے کے سبب یہ گورا ہوتا ہے۔ درود کی کتاب میں اس کے برعکس۔

(vii) **پیش لفظ یا پبلشر کا نوٹ (Preface or Publisher's Note):** مصنف کے علاوہ کسی اور شخص کے ذریعہ مصنف اور موضوع کا تعارف۔

(viii) **تعارف یا پدیاچہ (Introduction or Foreword):** اس صفحہ پر مصنف یا ایڈیٹر کتاب کے موضوع کا تعارف کرتا ہے۔

(ix) **تقدیر و تحفہ (Acknowledgement):** اس صفحہ پر مصنف (پبلشر) کی

مصنف کی اپنے قارئین سے گفتگو کو کتاب سے موسوم کیا جاتا ہے۔ ابتدائی کاپی (چاہے ہاتھ سے لکھی ہوئی ہو یا ٹائپ شدہ) کو مسودہ (Manuscript) کہتے ہیں۔ اس میں تصاویر وغیرہ بھی ہو سکتی ہیں۔ ذرائع ابلاغ (Mass Communication) کے لیے مسودہ کا پیاں بنائی جاتی ہیں اور پھر ان پر مضبوط کور (Cover) چڑھا دیا جاتا ہے تاکہ استعمال کرتے وقت پچھتے نہ پائیں اور ہر طرح سے محفوظ رہیں۔

کتاب کا ڈیزائن ایسا ہو کہ اسے دیکھ کر اس میں موجود لوہی مولوی اہمیت اجاگر ہو جائے اور روٹی سے بڑے میں تعامل آسانی (Functional Ease) ہو۔ یہ بات اس وقت اور بھی ضروری ہو جاتی ہے جب تجارتی مقابلہ آرائی (Commercial Competition) کے علاوہ عقلمند ذرائع ابلاغ سے بھی آڑی پر چاروں طرف سے ترسیلات (خیالات) کی بھاری بوری ہو۔ ڈیزائن کو مصنف کے معیار کے مطابق کام انجام دینا چاہیے اور پھر اس کے صفات کو مرئی احساس (Visual Feeling)، مواد اور نفاذ سے مزین کرنا اور بہترین جلد کتاب بنانے کی کوشش کرنی چاہیے۔ خالی جگہ کے مناسب استعمال، ٹائپ گرائی اور تصاویر خیر کاغذ کے انتخاب، پرنٹنگ پریس اور جلد بندی کے سامان میں بہترین ہم آہنگی پیدا کرنے سے ڈیزائن کی صلاحیت کی عکاسی ہوتی ہے۔ قاری کی شاعرانہ ہارنیکوں کو سمجھ کر مصنف اور اس کی تصنیف سے لطف اندوز ہونے والوں کے بائین ہم آہنگی پیدا کرنے کی کوشش بھی کرنی چاہیے۔

کتاب کے (کثف) حصے (Parts of a Book)

کتاب کے ڈیزائن کو مندرجہ ذیل ایسے حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے جن میں ربط اور ہم آہنگی موجود ہو:

اصل کتاب کو تین حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(1) ابتدائی صفحات کتاب کے شروع کے صفحات ہوتے ہیں۔ یہ اصل موضوع کے پیش روئی کیفیت رکھتے ہیں۔ ان کے اہمیات (Contents) کو

ہے۔ اسی کے ساتھ ساتھ ایوباب کے ابتدائی صفحات کے لئے آؤٹ مقرر کرنا ہوتا ہے، مناسب چھپرہ (Chapter Sinkage) چھوڑنا ہوتا ہے۔ ایوباب کی سرخیوں، ذیلی سرخیوں، تعارفی نوٹ وغیرہ کے لئے استعمال کی جانے والی ٹائپ (Types) مقرر کرنی ہوتی ہیں۔ حشیشات تصویروں کے لئے مندرجہ ذیل طریقوں سے مناسب جگہوں پر چھپرہ لگائی جاسکتی ہے۔

— کتاب کے آخر میں ایک سیکشن (Section) پاس سے زیادہ۔

— سیکشنوں کے درمیان سیکشنوں کے لئے جگہ کاٹنا۔

لیئر پر پریس میں دونوں طریقے کفایتی رہتے ہیں جبکہ نصف ہاف نوٹ کے لئے ہنگ آؤٹ بھی استعمال کیا جائے۔

— سیاق و سباق کی عبارت (Reading Context) سے قریب ترین۔

— الگ سے چھپرہ کر، تراش غراش کرنے کے بعد ان صفحات کے آئینے سرے پر چسپاں کرنا جہاں ان کے لئے غیر مطلوبہ جگہ چھوڑ رکھی ہو۔

— عموماً رنگین پٹینیں چسپاں کی جاتی ہیں۔

اختصاصی مواد کے لئے مذکورہ بالا آؤٹ گرڈ اور ایوبابی اندازیات (Chapter Openings) کی حشیشات (Specifications) حالانکہ مثالی قرار دی جاسکتی ہیں مگر یہ ضروری نہیں کہ ان پر عمل کیا ہی جائے۔ کالموں کی تعداد کا انحصار عنوان پر ہوتا ہے۔ فہرست کے لئے 3 تا 4 کالم ایک عام سی بات ہے۔ اختصاصی مواد کے صفحات (End Matter Pages) کے لئے چھپرہ (Chapter Sinkage) کم بھی ہو سکتا ہے مگر کتاب کے اس حصہ کے لئے یہ یکساں ہونا چاہیے۔ اس سیکشن کی ٹائپ کا سائز درمی صفحات (Text Pages) کی ٹائپ کے سائز سے کچھ کم تو ہو سکتا ہے مگر یہ ایک فی فیصلی سے تعلق رکھنے والی بات ہے۔

ابتدائی صفحات کی لئے آؤٹ اسکیم (Layout Scheme) زیادہ بے غری اور آزادوی سے بنائی جاسکتی ہے مگر ایک اچھا ڈیزائن اس بات کا متقاضی ہوتا ہے کہ دیگر صفحات پر موجود جگہوں سے اس کا ہلکا سا تعلق قائم رہے۔

جلد یا ہائیڈرکس کی ڈیزائن کی تعداد قیمت میں اس وقت اضافہ ہوتا ہے جب اس میں استعمال ہونے والے کپڑے یا کاغذ کا رنگ اور ہاف

پچھلے طے میں بائیں جانب نظم کی کتاب کے ایک صفحہ کی مثالی آؤٹ کے عناصر اور دائیں جانب درمی کتاب کے صفحہ کی آؤٹ کے عناصر ملاحظہ کیجیے۔ طلباء طلبات کو مختلف مندرجہ ذیل موضوعات کی کتابیں ہو سکتی ہے:

— ریاضی کی کتابیں — شوق سے متعلق کتابیں — باورچی خانہ سے متعلق کتابیں، — آرٹ — کیپے لائٹس — بچوں کی کتابیں — قانون کی کتابیں وغیرہ۔

(2) درمی مواد (Text Matter) کو مختلف ایوباب میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ ان ایوباب سے مصنف کی بیان کردہ کہانی یا واقعہ کے تواتر کی عکاسی ہوتی ہے یا پھر کسی کتاب کے موضوع کو تفصیل دینے والے مختلف عنوانات (Topics) کے تسلسل کا اکتہار ہوتا ہے۔

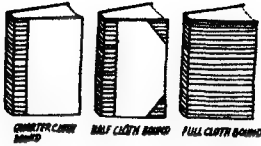
(3) اختتامی مواد (End Matter) ان باتوں پر مشتمل ہوتا ہے:

- (i) ملحقات (Appendices): یہ کتاب سے متعلق اضافی مواد ہوتا ہے۔
- (ii) فرہنگ (Glossary): کتاب میں شامل، عقلی یا غیر عقلی الفاظ کی فہرست ہے۔ یہ حاشیہ اور تشریحات کی شکل میں بھی ہو سکتے ہیں۔
- (iii) کتابیات (Bibliography): ان کتابوں کی فہرست جن کا مطالعہ مصنف نے کیا ہے یا پھر مزید معلومات حاصل کرنے کے لئے قارئین کو مطالعہ کرنے کا مشورہ دیا ہے۔
- (iv) فہرست (Index): عنوانات یا عقلی اصطلاحات کی فہرست بمع صفحہ نمبر (یعنی جن صفحات پر وہ دیکھے اور دیکھی جاسکتی ہے)۔

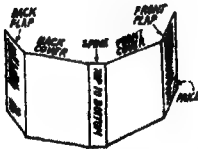
ڈیزائن (Design)

درمی مواد کے لئے صفحات کے سائز، کاغذ، پرنٹنگ پرائیس، لے آؤٹ گرڈ اور ٹائپ گرافی کا فیصلہ کرنے کے لئے کتاب کے اہمیات (Contents) یعنی حشیشات، چارٹ، کہانی، حاشیائی نوٹ، زبانوں کی تعداد (Number of Languages) کو مدھیان میں رکھنا پڑتا ہے اور اس شیبہ کو بھی ذہن نشین رکھنا ہوتا ہے جو کتاب کے ذریعہ قارئین پر مرتب کرنی ہوتی

(Texture) عمدہ م۔ اس کے علاوہ اس کی طباعت (Printing) Impression اور آرٹ اور لے آؤٹ بھی عمدہ م۔



QUARTER CLOTH BINDING HALF CLOTH BINDING FULL CLOTH BINDING



پوری طرح پکڑے سے مڑی ہوئی (Full Cloth Bound) جلد کے سامنے کے صفحہ پر صرف کتاب کا پتھیل ہی موجود ہوتا ہے۔ کچھ پبلشر اس پر اپنا نشان (Emblem) بھی ظاہر کرنا چاہتے ہیں، چند ایک مصنف کا نام بھی لکھتے پسند کرتے ہیں، اکثر صرف ایک سہائی جھانر (Decorative Motif) اس کتاب کے موضوع سے متعلق بھی ہو سکتی ہے مٹیج کر دی جاتی ہے۔ کچھ بھی مہر حال لیٹرنگ اور ڈزرائنگ صرف لائن آرٹ کے حامل ہوتی ہے کہ کچھ پکڑے کی سطح پر استعمال کی جانے والے پر شک پر دسیر صرف سٹک اسکرین، فوٹو اسٹیمپنگ یا پلانٹو ایسٹیمپنگ ہو سکتی ہے اور انڈر ہائڈنگ کا کچھ پتھیل اور غلاف (Case) پتھیل ہو تو لیٹر پریس پر شک بھی کی جاسکتی ہے۔

ہال کلاخ ہائڈنگ (Half Cloth Binding) صرف لجر (Ledgers) اور اسکوٹی نوٹ بکوں تک محدود ہوتی ہے کہ یہ دونوں چیزیں بہت زیادہ استعمال میں رہتی ہیں۔ کافہ پر عموماً مجموعی سہائی ڈیزائن ہوتا ہوتا ہے۔ کوڈر ٹر کلاخ ہائڈنگ (Quarter Cloth Binding) کتابوں کے کافہ کی حصہ پر لائن آرٹ ہالٹون آرٹ سے تعلق رکھنے والی ڈیزائن کاری کی جاتی ہے۔ ان کتابوں پر عموماً گرڈ پش (Dust Jacket) موجود نہیں ہوتا۔ اس لیے خوردہ فروش کی حلیف پر ایک نشان پہچان ہونے کے باوجود بھی کور پیج (Cover Page) کا ڈیزائن ایک معاون فروشت کنندہ کا کام انجام دیتا ہے۔ سرورق (Front Page) پر عموماً پتھیل، مصنف کا نام اور ناشر کے سٹیمپر (نام اور نشان) ہوتے ہیں۔ آرٹ ورک اور کندہ کاری (Engraving) کے پیسے بچانے کے لیے پشت کے کور پر یا سرورق کے ڈیزائن کو دہرایا جاتا ہے یا لوگوں کے پاس اشاعت شدہ کاپیاں بھیج کر ان کی رائے لی جاتی ہے۔ اسے یہاں طبع کر لیا جاسکتا ہے یا پھر مصنف کا تعارف یا پبلشر کے اشتہارات جھاپے جاسکتے ہیں۔

کتاب کی اسٹوری پر کتاب کا عنوان اور مصنف کا نام لکھا ہوتا چاہیے۔ عام طور پر پبلشر کے سٹیمپر بھی ای پر لکھے جاتے ہیں۔ حلیف پر رکھی ہوئی کتاب کے اسٹوری کو پیسے سے اوپر کی جانب پڑھنا آسان ہوتا ہے حالانکہ اوپر

سے نیچے کی جانب زیادہ سائیکلک ہے۔ اسٹوری کے پکڑے کی سطح پر طباعت کرنے کے لیے سٹک اسکرین پر شک یا فوٹو اسٹیمپنگ سے کام لیا جاتا ہے۔

لپ باؤنڈ کتب (Limp Bound Books)

کتبوں کے ضمن میں بیان کیا جا چکا ہے۔ استعمال کی جانے والی تصاویر یا تفصیلات عموداً موضوعی (Subjective) ہوتی ہیں۔ — نقش نگاری (Rendering) طبعاً ہی ہونا چاہیے ماس کا انحصار اس بات پر ہوتا ہے کہ جب ستر کی ہیئت پر کتاب کتنے نمایاں طور پر نظر آئے اور تصویر سے کتنی جلد کتاب کا موضوع سمجھ میں آجائے۔ کچھ سرورق کے ڈیزائن مصنف کی مقبولیت کو چار چاند لگا دیتے ہیں۔

فلپس (Flaps) اضافی پر چٹک جگہ مہیا کرتے ہیں جس کا استعمال مصنف کتاب کے موضوع سے حصار دے کر انے کے لیے کرتا ہے۔ اس کے ایک حصہ کو فلپس اپنے اشتہار کے لیے بھی استعمال کر سکتا ہے۔ اس کے ایک کونے پر قیمت لکھی جاتی ہے تاکہ جب اس کی ضرورت نہ ہو (پر پنی کاپیاں یا قلم کے طور پر پیش کرتے وقت) تو اسے قطع کر دیا جائے۔

پروڈکشن (Production)

پروڈکشن کے مد نظر کم از کم شدہ صفحات کی 8, 12, 16 or 32 صفحات کے سیکشنوں میں گروپ بندی کی جاتی ہے۔ اس بات کا موازنہ ہر کتابی باتوں پر ہوتا ہے جیسے جس کا غلط رجحان ہوتی ہے وہ موات ہے یا جتنا کتاب کا سائز چھوٹا ہے یا بڑا، پیچہ اسٹاک کا سائز کتنا ہے، پر چٹک مشین کا کیا سائز ہے اور سب سے بڑھ کر یہ کہ مطبوعہ کاپیوں کی تعداد کتنی ہے؟

(1) سیکشن ایک سنگھڑ بھی ہو سکتا ہے اور ایک سے زیادہ سنگھڑوں پر بھی مشتمل ہو سکتا ہے۔ کتاب میں دلچسپی کے لحاظ سے تھکیل کرنے کے لیے مختلف خوبیوں (Qualities) والے کاغذ استعمال کیے جاسکتے ہیں۔ یہ بات غلط رہے کہ مولے سیکشن میں سب سے اندرونی صفحات چوڑائی میں ٹہنا پتے ہو جاتے ہیں۔

(2) کتاب کو ہر کاغذہ طور پر مرتب کرنے کے لیے سیکشنوں کو ہر کاغذ یا مشین سے اسٹیشن پر سے سی دیا جاتا ہے (مشین کی اسپید 40 سیکشن فی منٹ ہوتی ہے)۔

جلد بندی کے دیگر طریقوں کے لیے ملاحظہ کیجیے ”مرٹ پیس“۔

اس میں سرورق کے طور پر کام میں آنے والا کاغذ صرف سخت ہوتا ہے بلکہ اس کی ہر خشک کی سطح سخت ہوتی ہے اور کم از کم اس کی ایک طرف کثیر رنگی ہلف ٹون پر خشک کی جاسکتی ہے۔ اس طرح موٹی کتاب پر تصویر یا ڈیزائن اسٹیشن پر سے ہوتا ہوا پست کے سطح تک پھیلا ہوا ہو سکتا ہے جیسا کہ ہارڈ باؤنڈ (Hard Bound) کتابوں کے گرد پوش (Dust Cover) پر آنکھ نظر آتا ہے۔

— اضافی کاغذ (Lined Papers): یہ وہ کاغذ ہوتے ہیں کہ اگر کتاب کا گور کسی بھی جانب سے کھولا جائے تو سب سے پہلے انھیں سے واسطہ پڑتا ہے اور یہی سب سے پہلے کھلے ہوئے دکھائی دیتے ہیں۔ اسی لیے ان کاغذوں کے مناسب رنگوں اور ان کی ہافت کے سہارے قاری کا موزا بنانے کی کوشش کی جاتی ہے۔ اگر ایسا بھی ہوتا ہے کہ کتاب کے مرکزی خیال سے حصار کرانے کے لیے طبعی سولف (Symbolic Motif)، واحد ڈرائنگ (Single Drawing) یا سرورق کا نمونہ دہرا کر چھاپ دیا جاتا ہے۔

— گرد پوش (جب تکلیف): عام طور پر اسے کوئی نہ جیسے سے تیار کیا جاتا ہے تاکہ کثیر رنگی ہلف ٹون چھپائی کے لیے اس کے سفیدی اور جلاب نظر چمک سے استفادہ کیا جائے۔ مزید چمک پیدا کرنے کے لیے اس پر وارنش بھی کرائی جاسکتی ہے۔ اگر سولف نتائج (Mat Results) درکار ہوں تو آئیٹ جیسے کا استعمال کیا جاسکتا ہے مگر یہ زیادہ مقبول (کاغذ) نہیں ہے کیونکہ وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ یہ زرد پڑ جاتا ہے اور اس کی ظاہری شکل و صورت دھندلا جاتی ہے۔ اس طرح وہ مقصد ہی فوت ہو جاتا ہے جس کے تحت گرد پوش (جب تکلیف) بنایا جاتا ہے۔

آرٹ ورک اس وقت ہاتھ میں لیا جاتا ہے جب ڈی ایک تیار کر لی جاتی ہے۔ اس کے لیے منتخب کاغذ کے صفحات کی تعداد بھی مقرر کر لی جاتی ہے اور ہر خشک کیس (تفصیلات کے مطابق) چسپاں کر دیا جاتا ہے۔ سرورق، اسٹیشن اور پست کے سطحوں کے تینوں سطحوں کی چوڑائی معلوم کر کے نشان لگایا جاتا ہے اور ہر چوڑائی گرد پوش بھی کتاب کو پہنا دیا جاتا ہے۔

کور، اسٹیشن اور پست کے کور کے اجراء دیے جاتے ہیں جو لپ باؤنڈ

(3) صفحات کے مد نظر متھے کی مضبوط جلد باندھ کر جلد پر کپڑا چھادیا جاتا ہے۔ جلد کو اسپائن کے ساتھ چپکا دیا جاتا ہے اور فیش اور صاف سقرا رکھنے کے لیے اٹائی کاغذ مہیا کرائے جاتے ہیں۔ لپ ہاؤڈ کتابوں کے بیرونی سطح (Outer Surface)، جن پر ڈیزائن پرنٹ رہتی ہے، کے مہرلو موٹا کارڈ (کپڑے کے لیمیر اور اٹائی کاغذوں کے پھیرے مہرلو) استعمال کیا جاتا ہے۔

— ایکٹو زب سانز کے لیے مونا پرنٹ ایریا (Print Area) واپی اصطلاح استعمال کی جاتی ہے۔

— فولیو لائن (Folio Line) یا ٹرنک ہیڈ (Running Head) LHS

(Verso) صفحات پر کتاب کا ٹائٹل ہوتا ہے اور مچھلر ٹائٹل (Recto) RHS (Chapter Title) صفحات پر ہوتا ہے۔ یہ دونوں مونا سب سے اوپر لکھے جاتے ہیں۔ اردو کی کتابوں میں اس کے برعکس۔

— صفحہ نمبروں کو لائنوں کے درمیان فولیو کے ساتھ لکھا جاسکتا ہے یا پھر حاشیہ ایک طرف — سب سے پسندیدہ جگہ ہائڈنگ سائز سے پرے اوپر کے کونے یا نیچے حصہ کے کونے ہوتے ہیں؛ یا پھر کسی صفحہ کے نیچے حاشیہ کا مرکزی حصہ بھی بہتر رہتا ہے۔

— حاشیہ (Margins) دو خالی اور سلیڈ جگہ ہوتی ہیں جو مطبوعہ جگہ کے چاروں طرف واقع ہوتی ہیں۔ انھیں اوپر کے، نیچے کے یا پہلو کے حاشیہ سے موسوم کیا جاتا ہے۔ (اندرونی: اسپائن کی جانب، بیرونی: سامنے کے کنارے کی جانب)۔

— گٹر (Gutter): فولیو کے دونوں جانب کالموں کے درمیان کی جگہ کو گٹر کہتے ہیں۔

(4) اگلا ایسا بھی ہوتا ہے کہ ہارڈ ہاؤڈ کتاب کو مزید ایک گرد پوش یا یک جیکیف مہیا کر دیا جاتا ہے۔ اس یک جیکیف پر باہر کی جانب پر کشش ڈیزائن بنادیتے ہیں۔ ڈیزائن سے کتاب فروخت کرنے میں مدد ملتی ہے۔ کپڑے کی سطح پر اتنی طرح سے طباعت نہیں کی جاسکتی جتنی طرح سے کاغذ پر کی جاسکتی ہے۔

کچھ تعریفیں (Some Definitions)

— صفحہ کے ترشے ہوئے آخری سانز کو صفحہ کا سانز (Page Size) کہتے ہیں۔ آئے سامنے کے دو کٹے ہوئے صفحات کو لوپن سانز (Open Size) کہتے ہیں۔

— چاہے ہارڈ ہاؤڈ کیس (Hard Bound Case) بڑا کیوں نہ ہو بہر حال تراشے ہوئے صفحہ کے سانز کو کچھ سانز (Book Size) کہتے ہیں۔

— ریکٹو (Recto) سے مراد ہے داہنی جانب کا صفحہ اور ورسو (Verso) سے بائیں طرف والا صفحہ۔ اردو کی کتابوں میں اس کے برعکس۔

— ایکٹو زب سانز (Exclusive Size)، پھر تنگ سانز (Appearing Size)

اشتہار بازی (Advertising) کی تاریخ

(Signs) پلام ہے ای میں ایک قصاب کی دکان سے برآمد ہوئے۔



قدیم روم سے کھیل کود مشغہ کرنے، شراب خانوں اور دیگر تفریحی مقامات سے لوگوں کو مطلع کرنے کے سب سے پہلے ثبوت ملتے ہیں۔ شہروں اور قصبوں میں جاذب توجہ مقامات کی دیواروں پر اس قسم کے اطلاعات چسپاں کر دیے جاتے تھے۔ ہم ان اطلاعات اور اطلاعات کو اپنے دور کے جدید پامٹروں کا ابجد تسلیم کر سکتے ہیں۔ ان پامٹروں کے ہمہ جہت "پلام ہے ای" کے قدیم شہر سے دریافت کیے گئے ہیں۔

قدیم دور طاعت (Early Printing Period)

1440 میں جرمنی میں جاکن گمنن برگ (Johann)

Gutenberg) کی متحرک ٹائپ سے طاعت کی ایجاد دراصل تہذیب میں

طاعت سے پہلے کامیاب

اشتہارات شائع کرنے اور ان کی تاریخ کو نوٹی پھونی ہے مگر ہے دلچسپ۔ لکھے کا فن ایجاد ہونے سے بہت پہلے بولی کر کیے جانے والے اطلاعات پہلو کے ذریعہ منادی کروانے کے طریقہ کو اشتہار بازی کی پہلی اصل قرار دیا جاسکتا ہے۔ قدیم عبرانی، یونانی اور رومن تہذیبوں میں کسی چیز کو مشہور کرنے کے لیے اس کے بارے میں بول کر اس کی توصیف و تعریف کرنے کا طریقہ عام تھا۔ منادی (والا) فردخت کی جانے والی اشیاء کی تعریف کرنا یا پھر دلچسپ خبریں لوگوں تک پہنچانا تھا۔ بازاروں میں خوردہ فروش اور چلنے پھرنے کا رخا چلا کر گاہکوں کی توجہ اپنی چیزوں کی جانب مبذول کرنا سب سے آسان دکان کے بہت سے حصوں اور ہندوستان میں یہ طریقہ آج بھی مروج ہے۔ پرانے زمانہ میں جب خرید و فروخت ایک مشترکہ بازار میں ہی ہو کر تھی تو لوگ جتنا ممکن ہو جاتی دور سے چلا جاتا تھا اپنی چیزوں کی اطلاع لوگوں کو دینے کی کوشش کرتے تھے۔ گلی کوچوں اور شہر در شہر محوم محوم کر منادی کرنے اور چیزوں کو مشہور کرنے والے لوگ بھی عام طور پر دستیاب ہو جاتے تھے جو فردخت کنندگان (Sellers) کے پیغامات لوگوں تک پہنچا دیا کرتے تھے۔ انھیں ان کے کام کی اجرت مل جاتی تھی۔ اس طرح اشتہارات دینے اور لوگوں کو مطلع کرنے کی اس ابتدائی اور بھڑکی شوشوں کے باوجود اس کی معنویت میں اس وقت اور اضافہ ہو جاتا تھا جب اس سلسلہ میں صاف اور خوش خط طاعات کا استعمال کر کے دکان کو شہرت دی جاتی تھی۔ ان طاعات سے تاخراہہ گاہکوں تک کو یہ پتہ چل جاتا تھا کہ دکان میں کون سی چیزیں موجود ہیں یا کون سا جگہ پر کون سی خدمت حاصل کی جاسکتی ہے۔

پلام ہے ای (Pompeii) کے قدیم شہر سے ڈیری (Dairy)، بکری (Bakery) اور شراب کے سوداگر اور ہر کو لیم (Herculaneum) سے جوت ساز (Shoemaker) کے نشانات برآمد

ہوئے ہیں۔

دنیا کے سب سے قدیم آؤٹ ڈور نشانات (Outdoor)



1608 میں مہو کے ذریعہ گلی کوچوں میں تلاش کنندہ قسم کی منادیاں کرنی جاتی تھیں جو اشتہارات کی ہی ایک شکل قرار دی جاسکتی ہے۔



قدیم انگلستان کے ہفت ساز کی خطابی

سز چھوٹی صدی کے اوائل سے باقاعدہ رسالوں میں اشتہارات چھپنے لگے۔ انگلینڈ میں 1692 میں پہلا ہفتہ وار اخبار شائع ہوا شروع ہوا مگر آج کے اشتہارات کی شکل کے اخبار کو شائع ہونے میں تقریباً 50 برس کا عرصہ اور لگا۔ پہلے جو تصویر یا اشتہارات صرف سائیکلو پڈوں تک ہی محدود تھے، اب چھوٹی شکلوں میں اخبارات میں بھی شائع ہونے لگے تھے۔ اشتہارات دینے کا انداز ایک عموماً دورے سے گزرا اور سہ سے سادے اعلان سے گزر کر دلائل اور مشورے دینے کے نظام میں داخل ہو گئے۔ اس نظام کو جدید اشتہار بازی کا جدید امر قرار دیا جاسکتا ہے اور اس ارتقا کے لیے اخبارات ایک ذریعہ (Medium) ثابت ہوئے۔

وسعت اختیار کرنے کا دور (Period of Expansion)

صنعتی انقلاب آجانے اور فیکٹریوں میں پیداوار بڑھ جانے کے نتیجہ میں انیسویں صدی کو اشتہار بازی کے وسعت اختیار کر لینے کا دور قرار دیا جاسکتا ہے۔ کاروبار میں بے حد اضافہ ہوا اور اشتہار بازی نے فیکٹریوں میں تیار ہونے والے کثیر مقدار والے مال کو بازار میں فروخت کرنے میں بہت مدد دی۔ چینی پریس (Penny Press) (یعنی جہاں ایک اشاعتی کاپی کی لاگت ایک چینی آتی تھی) نے اور میگزینوں نے بہت زیادہ مقبولیت اختیار کر لی۔ اس

ایک زبردست جست جوی۔ طباعت کو اطلاع، تعلیم اور اشتہارات کی مضبوط بنیاد قرار دیا جاسکتا ہے۔ طباعت شدہ پہلا انگریزی اشتہار جو دستی بل (Handbill) یا پوسٹر (Poster) کی شکل میں تھا، ولیم ککسٹن (William Caxton) نے 1477 میں شائع کیا تھا۔ اس کے بعد طباعت پھلتی پھرتی ہو چکی تھی۔ اب کتابیں اور اخبارات چند لوگوں کی پہنچ کی چیزیں نہیں رہ گئے تھے بلکہ اب وہ عوام کے ہاتھوں میں بھی پہنچنے لگے تھے۔ یہ فلک کی ایجاد کے بعد باقاعدہ اشاعت شروع ہو گئی اور ان کے کالوں میں کاروباری اور تاجر لوگوں کے تاجروں کے اشتہارات بھی شائع ہونے لگے۔

لیکن یہ فلک بے ایک دم سے ہی خطاطی (Calligraphy) کو مات نہیں دی۔ جدید خطاطی رفتہ رفتہ اور مستحکم انداز سے واقع ہو گئی۔ اپنے پیداواری مقام جو مٹی سے تمام دنیا میں اس ایجاد کو پہنچنے میں برسوں لگ گئے۔ قدیم نوٹسوں (Notices)، اشتہارات اور بلوں میں اور بعد میں پمفلٹوں اور ”اخباری کتابوں“ میں خبریں ہی خبریں ہو آتی تھیں۔ سولہویں صدی کے آخری اور سترہویں صدی کے ابتدائی حصہ میں ہالینڈ اور جرمنی میں جو کچھ بھی شائع ہوا وہ مختلف قسم کے اشتہارات پر ہی مشتمل تھا۔ ان میں سے پمفلٹوں، کتابوں اور نئے رسالوں کی بات ہوتی تھی۔

دوائیوں کے ہوتے تھے جن میں دواؤں سے حلق پرے لیے چوڑے دعوے کیے جاتے تھے۔ ابتدائی میگزینوں میں اشتہارات کا ایک بڑا حصہ نئی کتابوں کی اشاعت کا اعلان پر ہی مبنی ہوا کرتا تھا مگر 1870 تک میگزینوں میں اشتہار بازی بڑی مستحکم ہو گئی تھی۔

طرح انھوں نے نہ صرف یہ کہ قارئین کی تعداد میں اضافہ کر دیا بلکہ تعلیم کی سطح بھی اونچی کر دی۔ ریلیوں کا پہلا ہوا چل اس سلسلہ میں ایک اور سنگ میل ثابت ہوا کیونکہ اس کی بدولت ہی میگزینوں کی تقسیم قومی سطح پر یعنی ملک گیر پیمانہ پر ہونے لگی۔ ریاست ہائے متحدہ امریکہ میں 1840 کے بعد اشتہار بازی درست اختیار کرتی چلی گئی۔ زیادہ تر اشتہارات رجسٹرڈ (Patent) قسم کی



(2) ٹولوز لاریک (Toulouse Lautrec) کا تیار کردہ پوسٹر 1893



(1) جیٹ کا تیار کردہ پوسٹر 1893

